

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Administración de Empresas



ANALIZAR Y DISEÑAR ESTRATEGIAS QUE PERMITAN IDENTIFICAR
ALTERNATIVAS DE FORTALECIMIENTO SOCIO-ECONÓMICO PARA EL
MUNICIPIO DE CIUDAD BOLÍVAR, ANTIOQUIA.

Preparado por

Marcelaidy Bedoya

Jesmy Durango

Saray Galeano

Medellín, Colombia

2010

DEDICATORIA

Dedicamos primeramente a Dios este logro pues gracias a su ayuda durante todo este proceso hemos podido llegar hasta final con la certeza de que hicimos las cosas bien y a nuestras familias que siempre estuvieron constantes con las oraciones.

A nuestro asesor Francisco Acosta por sus valiosas sugerencias y acertados aportes durante el desarrollo de este trabajo y a Gustavo Pérez por su asesoría en páginas web.

Agradecemos a todas aquellas personas que estuvieron dispuestas a apoyarnos durante el desarrollo de proyecto suministrando la información y orientación pertinente.

Las Estrategas

AGRADECIMIENTOS

Primero dedico y agradezco este logro a Dios, por estar conmigo en cada instante en esta institución, por fortalecer mi vida e iluminar mi mente, por permitirme cumplir otro de los logros propuestos.

A mis padres Gladys Devia y Alberto Gil por su apoyo incondicional y por sus oraciones que me dieron animo ante las debilidades, a mis hermanos Carlos Gil y Joan Gil por ser una inspiración para avanzar en todo momento y darles un ejemplo a seguir.

A mis amigas(o) de la UNAC, que fueron un apoyo en momentos de desanimo, siempre con una palabra me alentaban a no olvidar mi objetivo por el que llegue a este lugar.

A mis compañeras de proyecto Jesmy Durango y Saray Galeano, por brindarme su apoyo, comprensión y paciencia durante esta etapa de la carrera, por su amistad incondicional a pesar de las diferencias y por su confianza en todo momento.

A todos los profesores que Dios puso en mi camino durante el transcurso de mi carrera, que me brindaron la oportunidad de crecer, investigar y adquirir competencias como administradora y a mis compañeros que permitieron que disfrutará de cada momento vivido dentro y fuera del aula y a la vez aportaron su granito de arena para mi formación profesional.

Marcelaidy Bedoya Devia

AGRADECIMIENTOS

A mi Dios primeramente quien me ha bendecido con el don de la vida y me ha dotado de sabiduría durante mi carrera, quien ha cumplido en mí la promesa que se encuentra registrada en Salmos: 37:4 “Confía en el Señor y él te concederá los deseos de tu corazón”. Durante estos años comprendí que mi Dios siempre estuvo a mi lado, me sostuvo, nunca me abandonó ni me dejó en mis momentos de dolor y en los momentos de alegría celebró junto. Y celebrará este logro más a mi lado y al lado de mis padres.

A mis padres Jorge Durango y Janneth Márquez, compañeros fieles llenos de amor y paciencia para conmigo, pues gracias a sus consejos me llenaron de fuerza en los momentos difíciles. Gracias también les doy por la confianza que depositaron en mí y el esfuerzo que hicieron para brindarme una educación cristiana.

A mi familia y hermanos de la iglesia de Maranatha en Ciudad Bolívar quienes me acompañaron durante mi carrera con sus oraciones.

A mis compañeras Marcelaidy y Saray por su esfuerzo, trabajo en grupo, por su paciencia y dedicación y por su valiosa amistad. A todos mis amigos por haberme brindado su amistad y cariño durante mi carrera.

A todos los profesores que contribuyeron a mi formación como profesional, a mis compañeros de clase por su amistad y por los recuerdos que nos unirán siempre.

Jesmy Durango

AGRADECIMIENTOS

Al finalizar esta etapa tan importante de mi vida, quiero dedicar este logro a mi familia por el apoyo incondicional que me dieron a lo largo de la carrera.

A mis padres y Michael Galeano y Nohemi Ospino por sus oraciones a Dios para que mi fe no declinara, a mis hermanos Jiecy y Yesenia, porque a pesar de la distancia, el ánimo, apoyo y alegría que me brindan me dieron la fortaleza necesaria para seguir adelante. A mis sobrinos Arlex y Tomas que con sus pocas palabras pero con su grande amor me han llenado de motivos para seguir adelante.

Agradezco también a mi gran amiga Damicela por creer en mí, por enseñarme a comprender y valorar el significado de la amistad, que lo que me proponga lo puedo lograr y que solo dependo de Dios para hacer realidad mis sueños.

A mis compañeras de proyecto Jesmy y Marcelaidy, por brindarme su apoyo incondicional en toda la realización de este proyecto, por su amor, paciencia y perseverancia que tuvieron mientras nos preparábamos como profesionales. A mi asesor de proyecto Francisco Acosta que por su calidad de trabajo, sugerencias y confianza en nosotras logramos excelentes resultados.

Quiero agradecer también a todas aquellas personas que Dios coloco en mi camino durante el desarrollo de mi carrera, que me brindaron la oportunidad de crecer y adquirir competencias como profesional.

A mi gran y querido Jefe Oscar niño que con su gran ejemplo y su excelencia profesional me brindo muchas bases para enfrentarme con ganas a la vida.

Y por último, aunque para nada menos importante, quiero dedicarle este proyecto a mi Dios por su amor y bondad que me persiguen todos los días.

Saray Galeano.

RESUMEN EJECUTIVO

Corporación Universitaria Adventista

Facultad: Facultad de Ciencias Administrativas y Contables

Programa: Administración de Empresas

Título: ANALIZAR Y DISEÑAR ESTRATEGIAS QUE PERMITAN IDENTIFICAR ALTERNATIVAS DE FORTALECIMIENTO SOCIO-ECONÓMICO PARA EL MUNICIPIO DE CIUDAD BOLÍVAR, ANTIOQUIA.

Nombre de los integrantes del grupo: Marcelaidy Bedoya Devia, Jesmy Alejandra Durango Márquez, Saray Galeano Ospina.

Nombres de los asesores: Francisco Acosta, Jader Berrío.

Fecha de terminación del proyecto: 27 de mayo de 2010

Introducción

El municipio de Ciudad Bolívar se encuentra ubicado al suroeste antioqueño, entre las vertientes de la cordillera central y occidental, tiene una población aproximada de 30.000 habitantes, tiene una extensión de 282 km² y esta ubicado a 109 km del municipio de Medellín. Ciudad bolívar es parte fundamental del eje cafetero, con una economía cafetera de un 80%, haciéndola su principal actividad económica, el sector de turismo en los últimos años ha sido reconocido, y se ha fortalecido poco a poco; posee un buen desarrollo educativo ya que cuenta con tres Instituciones educativas en el área urbana y veintiocho establecimientos educativos rurales.

En los últimos años el municipio ha venido presentando una problemática que es el alto índice de desempleo, lo que ha motivado a la administración municipal a apoyar aquellas ideas que le permitan diversificar su economía y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Por tal motivo este proyecto pretende buscar estrategias que permitan el desarrollo del municipio instando a los ciudadanos del mismo a crear sentido de pertenencia reconociendo las ventajas y oportunidades que poseen.

A continuación se dará una breve descripción de las diversas estrategias que se proponen, enmarcadas en el segmento de emprendimiento, sector agropecuario y sector de turismo.

Emprendimiento

Los niños y jóvenes son el futuro de la Sociedad y de su educación depende cómo ellos se enfrenten a esta. Por esto las primeras estrategias para Ciudad Bolívar están enmarcadas en la educación, más específicamente, en el tema de capacitaciones para los docentes en el área de Emprendimiento. Apoyados en la Ley 1014 de 2006, donde se exige a todas las instituciones de educación formal públicas y privadas a incluir dentro de su currículo la cátedra de Emprendimiento, se han diseñado capacitaciones para los docentes en diferentes temas como son: Emprendimiento como un juego, Emprendimiento como proyecto de vida y Emprendimiento como idea innovadora. Las capacitaciones no tendrían ningún costo para la entidad educativa pues se pediría el apoyo del SENA para la realización de las mismas.

Sector Agropecuario

Madera de café

Siendo que el municipio de Ciudad Bolívar en su mayoría es productor de café se propone la venta de la madera de café o zoca de café, esta madera proviene de la renovación obligatoria que los caficultores deben realizar a los cafetales continuamente para una mejor producción del mismo. El municipio cuenta con 13650 has. sembradas, de las cuales se renueva anualmente un 4% de estas renovaciones anuales se obtendría un ingreso adicional de \$147.420.000, ingreso que proviene de una madera que antes era utilizada simplemente para leña o no tenía ningún uso productivo.

Piscicultura

Esta estrategia propone el cultivo de tres clases de peces, que son la cachama, la tilapia o mojarra y el cultivo de trucha. Se hace énfasis a la reactivación de las trucheras de la vereda La Mina y El Empuje del corregimiento los Farallones que en años anteriores había existido, pero se cerraron por el orden público de la región. La reactivación de estas trucheras tiene una financiación por parte de Inconder con un 70%, del municipio con un 23% y de las familias 7%. Es favorable por que el municipio posee el clima, el suelo y los recursos necesarios, además es una alternativa alimenticia para el municipio y a la vez ayuda a reactivar el turismo.

Sector Turismo

Posadas turísticas

El programa de Posadas Turísticas de Colombia Posadas está enmarcado dentro del Plan de Desarrollo Nacional, vinculando los objetivos de la política turística, la política de vivienda y la política ambiental del país. De esta forma, esta iniciativa del Gobierno Nacional se desarrolla a través de la Política Nacional de Vivienda de Interés Social Rural y es coordinada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

El programa cuenta con dos tipos de proyectos:

1. Proyectos de mejoramiento de vivienda y saneamiento básico (Tipo A)
2. Proyectos de construcción en sitio propio y adquisición de vivienda (Tipo B).

Los recursos del subsidio son aportados por la Nación y administrados por el Banco Agrario, cuenta además con un proceso sensibilización y capacitación coordinado por el Viceministerio de Turismo y un proceso de promoción a través del sitio web www.posadasturisticasdecolombia.com

Sitio Web

Desarrollo de un Sitio web donde los Turistas nacionales e internacionales puedan acceder y conocer el catalogo electrónico de servicios turísticos del municipio de Ciudad Bolívar. El sitio web permitirá mejorar la comunicación entre el turista y los diferentes establecimientos de servicios turísticos de Municipio.

Conclusiones y Recomendaciones

Ciudad Bolívar es un municipio con muchos recursos pero que no los ha aprovechado de la mejor manera. Con este proyecto se quiso mostrar la factibilidad de estrategias que ayudaran al mejoramiento de la economía del mismo recordando que en su Plan de Desarrollo se busca que el municipio tenga un desarrollo autosostenible para el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

Se recomienda la presentación del presente proyecto ante el Consejo Municipal obteniendo así la aprobación para la puesta en marcha de dichas estrategias.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	1
PANORAMA DEL PROYECTO	4
Descripción general del proyecto.....	4
Impacto en la misión de la organización	6
Coherencia del proyecto con el plan de desarrollo de la organización	6
Problema / oportunidad	6
Meta.....	7
Objetivos específicos:.....	7
MARCO TEÓRICO.....	8
Emprendimiento.....	14
Origen del término emprendimiento	14
Cultura del emprendimiento	15
Formación para el emprendimiento.....	15
Fomento de la cultura el emprendimiento	15
Fondo emprender.....	16
Parque E	17
Sector Agropecuario	19
Visión del sector agropecuario municipio de Ciudad Bolívar.....	19
Caracterización	21
Diagnóstico	22
Débiles canales de comercialización e industrialización	30

Débil participación en las organizaciones comunitarias	31
Baja planificación y complementación con cultivos alternativos al café	32
Madera de Café	33
Piscicultura.....	34
Presentación del problema.....	39
Causa.....	40
Efecto.....	40
Objetivo	40
Sector Turismo	41
Tendencias mundiales de turismo	41
Beneficios del turismo en la región	43
Tendencias del turismo en internet	44
MARCO LEGAL	46
Normatividad para las políticas de emprendimiento	46
Normatividad por la cual se rige la política de emprendimiento	46
Ley 1014 de 2006	47
Normatividad para el Sector Agropecuario	56
Ley 811 de 2003 (junio 26).....	56
Normatividad para el Sector Turístico.....	61
MARCO METODOLÓGICO	64
Emprendimiento.....	64
El Emprendimiento como un juego	65
Emprendimiento como proyecto de vida.....	68
¿Qué es proyecto de vida?	71
Emprendimiento como idea de negocio.....	77

A continuación se plantea el número de horas requeridas para las capacitaciones y el valor total de cada capacitación:	84
Sector Agropecuario	84
Venta de Madera de Café	85
Piscicultura	88
Sector Turismo	113
Posadas turísticas	113
Sitio Web Ciudad Bolívar	124
GLOSARIO.....	132
CONCLUSIONES.....	137
RECOMENDACIONES	139
ANEXOS	140
Sector Agropecuario – Ficha Técnica 01	140
Sector Agropecuario – Ficha Técnica 02.....	142
Sector Turismo - Ficha Técnica 03	143
Sector Turismo - Ficha Técnica 04	145

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Usos del Suelo Municipio de Ciudad Bolívar 2008.....	20
Tabla 2 Principales productos del Sector Agrícola.....	24
Tabla 3 Cuadro de especies, áreas y producción pecuaria.....	27
Tabla 4 Predios y propietarios de Ciudad Bolívar.	29
Tabla 5 Evaluación del negocio.....	83
Tabla 6 Valor capacitaciones en Emprendimiento	84
Tabla 7 Costos de Infraestructura y equipos de trucheras	112
Tabla 8 Costos puesta en marcha del negocio	113
Tabla 9 Financiación	113
Tabla 10 Financiación	118

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Mapa conceptual “Proyecto de Vida”	71
Figura 2 La ecuación contable	77
Figura 3 Pirámide de las necesidades humanas. A .Maslow.	80
Figura 4 Proceso emprendedor.....	82
Figura 5 Estructura de Estanques RACEWAY para el Cultivo de Trucha	108
Figura 6 Bocatoma de Agua.....	109
Figura 7 Tanque Desarenador	109
Figura 8 Infraestructura del techo para protección de los Estanques.....	110
Figura 9 Mesón para Eviscerado.....	110

INTRODUCCIÓN

En la medida en que avanza el desarrollo de la economía del país, se van creando necesidades generando un escenario que exige el desarrollo de emprendimientos dinámicos, sensibles a los cambios del mercado y altamente flexibles, que puedan crear oportunidades de mejoramiento de la calidad de vida del ser humano.

Este proyecto consiste en analizar y diseñar estrategias que permitan identificar alternativas que sirvan como fortalecimiento de la economía del municipio de Ciudad Bolívar, debido a que el desempleo es una de las mayores problemáticas del lugar, porque basa la mayor parte de su economía en la producción del Café lo cual genera períodos de abundancia y escases.

No obstante, la lucha por salir adelante los ha llevado a mantener, con mucho esfuerzo, empresas relacionadas con la producción del café, propuestas para establecer la diversificación de cultivos, programas para mejorar la calidad de vida de sus habitantes, programas de desarrollo cultural, proyectos comunitarios para la formación artística (haciendo énfasis en la música, la pintura, el canto y la danza) y organizaciones pre-cooperativas para incentivar, así sea en pequeña cantidad el empleo.

El estudio aborda tres segmentos a saber: la cultura de emprendimiento en escuelas y colegios, complementación del sector agrícola a través de

estrategias que aporten mayores ingresos a las familias ciudbolivarences y el fortalecimiento del sector turístico. Además, muestra una breve descripción del municipio donde se pretende realizar dicho proyecto, para que el lector tenga conocimiento de factores importantes del contexto actual que vive la región.

Esta investigación tendrá un impacto fundamental en el cumplimiento de la misión del municipio, como se menciona en el objetivo principal de la misma: “Promover el Desarrollo Humano Integral y Mejorar la Calidad de Vida de los habitantes del Municipio de Ciudad Bolívar;” La investigación permitirá encontrar fuentes de empleo que contribuirán a la reactivación de la economía del municipio por medio de la agricultura, el turismo y el desarrollo intelectual de la población estudiantil.

El objetivo principal del trabajo consiste en demostrar a través del desarrollo metodológico de estrategias la necesidad de explotar los recursos que posee el municipio y que hasta ahora no han sido objeto primordial de estudio ni de inversión. Para el logro de este objetivo, se busca el apoyo de la Alcaldía Municipal, la Oficina de Planeación y la Secretaria de Educación.

PANORAMA DEL PROYECTO

Descripción general del proyecto

Este proyecto consiste en analizar y diseñar estrategias que permitan identificar alternativas de fortalecimiento socio-económico para el municipio de Ciudad Bolívar, que pretende buscar fuentes de empleo que permitan diversificar la economía del municipio.

El municipio de Ciudad Bolívar se encuentra localizado entre las vertientes de la Cordillera Central y Occidental, conformada por el cañón del río Cauca, la cuenca del río San Juan. Tiene una extensión total de 282 Km². Su fundación está ubicada entre los años de 1839 y 1853 aproximadamente.

Sus primeros pobladores fueron colonos y arrieros que posiblemente buscaban camino hacia el Chocó y se fueron asentando en estas tierras. En 1961, mediante ponencia de Don Pedropé Puerta Restrepo la Asamblea Departamental de Antioquia mediante ordenanza le concedió el nombre de Ciudad Bolívar para diferenciarlo de otros municipios que llevan el nombre de Bolívar.

Ciudad Bolívar es parte fundamental de la zona del eje cafetero, ubicada en el suroeste antioqueño, con un clima cálido (24°), economía cafetera en un 80%, tierras muy fértiles, con una población aproximada de 30.000 habitantes. Su población se ve aumentada en gran medida en tiempos de cosecha de café, con recolectores venidos de distintos lugares del país. Su gente, ha logrado posicionar

el municipio en un importante grado de desarrollo urbano y rural, aunque en los últimos años se haya visto detenido por los problemas de orden socio- económico y político que afectan a todo el país y de los cuales, no se puede abstraer.

No obstante, la lucha por salir adelante los ha llevado a mantener, con mucho esfuerzo, empresas relacionadas con la producción del café, propuestas para establecer la diversificación de cultivos, programas para mejorar la calidad de vida de sus habitantes, programas de desarrollo cultural, proyectos comunitarios para la formación artística (haciendo énfasis en la música, la pintura, el canto y la danza) y organizaciones pre-cooperativas para incentivar, así sea en pequeña cantidad el empleo.

Sus habitantes son cordiales y hospitalarios. Hay un buen servicio de hoteles. Su principal actividad económica es el cultivo del café; es uno de los principales productores del Departamento de Antioquia. Así mismo posee Ganadería y Turismo que es reconocido y se va fortaleciendo poco a poco.

Tiene tres (3) Corregimientos y 32 veredas. Cuenta con servicios públicos, acueducto, alcantarillado, energía eléctrica, telefonía. Tiene cuatro (4) instituciones bancarias: Bancafé-Davivienda, Banco Agrario, Cooperativa Financiera de Antioquia y Bancolombia.

Tiene gran desarrollo educativo: Tres Instituciones Educativas, veintiocho establecimientos educativos rurales, todas sus escuelas incluyendo las rurales cuentan con una moderna computadora para su enseñanza.

Impacto en la misión de la organización

Esta investigación tendrá un impacto fundamental en el cumplimiento de la misión del municipio, como se menciona en el objetivo principal de la misma: “Promover el Desarrollo Humano Integral y Mejorar la Calidad de Vida de los habitantes del Municipio de Ciudad Bolívar;” La investigación permitirá encontrar fuentes de empleo que contribuirán a la diversificación de la economía del municipio.

Coherencia del proyecto con el plan de desarrollo de la organización

La coherencia de la investigación con relación al plan de desarrollo del Municipio, radica en la visión:

“Ciudad Bolívar será en el año 2011, el municipio con mejor calidad de vida y desarrollo sustentable en la subregión del Suroeste Antioqueño, a partir de programas integrales que promueven el desarrollo económico, social, institucional y territorial en beneficio de toda la comunidad.”

Para lo cual se requiere buscar estrategias que permitan el desarrollo del municipio instando a los ciudadanos del mismo a crear sentido de pertenencia reconociendo las ventajas y oportunidades que poseen.

Problema / oportunidad

El desempleo es una de las mayores problemáticas de Ciudad Bolívar debido a que basa la mayor parte de su economía en la producción del Café lo cual genera períodos de abundancia y escases, donde este último comprende nueve meses del año. Teniendo en cuenta la cercanía con el Valle del Aburrá, el

municipio tiene otras alternativas como son el turismo, la ganadería, agrocultivos, que, mediante ideas de emprendimiento el municipio podrá potencializar proyectos y mostrar nuevas alternativas de empleo.

Meta

Realizar para el primer semestre del 2010, una investigación para proponer estrategias de negocios viables que contribuyan al desarrollo económico del municipio.

Objetivos específicos:

1. Evaluar la economía actual del municipio.
2. Identificar las fortalezas y oportunidades que posee el municipio
3. Proponer estrategias para el fortalecimiento económico del municipio.

MARCO TEÓRICO

El municipio de Ciudad Bolívar se encuentra ubicado al Suroeste del Departamento de Antioquía, limita al Norte con el municipio de Salgar, por el Este con el municipio de Pueblo Rico, por el Sur con los municipios de Hispania y Betania y por el Oeste con el Departamento del Chocó.

El municipio de Ciudad Bolívar tiene una superficie total de 282 km². Distribuidas así: Suelo urbano 3.5 km², equivalente al 1.24% del área municipal, Suelo rural 278.5 km², equivalente al 98.76% del territorio municipal.

Las principales actividades económicas de Ciudad Bolívar han sido la agricultura y el comercio. Su economía fundamental se basa hoy en el cultivo del café. El distrito es uno de los principales productores del mejor café del mundo. En efecto, Ciudad Bolívar produce el llamado Café Gourmet, que representa entre un 70 % y hasta 80 % de la base económica de este distrito. En importancia, le siguen en lo agrícola el frijol, la caña panelera, el plátano, la yuca y las secadoras de café. Otras fortalezas económicas de Ciudad Bolívar son el ganado vacuno, el comercio y el turismo.

El Plan de Desarrollo Municipal de Ciudad Bolívar, cuyo postulado es *“Por el Desarrollo Social y la Igualdad”*, persigue una estructura de cinco grandes estrategias que comprende el desarrollo de los siguientes componentes: el Desarrollo Social, Económico y Territorial, la Seguridad y Convivencia y el Fortalecimiento Institucional, planteando en forma clara la situación actual, los objetivos para el desarrollo, las metas que se pretenden alcanzar y los recursos

humanos, técnicos y financieros requeridos, con el propósito de cumplir los fines únicos de bienestar y equidad sobre las base de la acción conjunta y complementaria del gobierno nacional, departamental y el ente territorial.

El municipio a través de los años ha venido desarrollando políticas que le permiten la expansión del territorio y la consecución de recursos para desarrollar los proyectos que se tienen y mejorar la calidad de vida de los ciudbolivarenses.

Los proyectos que se han llevado a cabo son diversos y han suplido necesidades de la ciudadanía, mejorando espacios y generando alternativas de empleo. Entre ellos se destacan la creación de un Parque Eco Turístico en el corregimiento San Bernardo de los Farallones, la construcción de una placa polideportiva en el paraje de Arenales.

El municipio históricamente ha dependido del monocultivo, en especial del café; pero en la actualidad a causa de la crisis cafetera, muchos de los habitantes se han puesto en la tarea de la diversificación de sus fincas, es por esto que se construye una placa para la Feria Ganadera, ideal para la comercialización de ganados bovinos, porcinos y equinos, que se realiza cada año; estos proyectos han sido construidos para el aprovechamiento de espacios públicos y el embellecimiento del municipio. En el 2004 se creó un incentivo tributario consistente en la disminución del 50% sobre las tarifas de la licencias de construcción, pues el municipio tenía un déficit cuantitativo de soluciones de vivienda de 2198 viviendas en el total de núcleos familiares; se institucionalizó también la siembra de especies frutales y plantas ornamentales y forestales nativas y se estableció el programa de adopción de árboles; con el fin de fortalecer los valores autónomos de la recreación, cultura y diversión de los habitantes del municipio, en torno a las cometas, y elementos de aire similares,

que repercuten en bienestar e integración de toda la comunidad; se institucionaliza el Festival Municipal de la Cometa que se realiza en el mes de agosto de cada año, en donde se estimula la creatividad manual de los niños, jóvenes y adultos en torno a la construcción de cometas, técnicas de vuelo, así como al intercambio en otras comunidades. En 2005 se crea el Fondo Rotatorio de Crédito, Empleo y Desarrollo de Ciudad Bolívar, esto con el fin de apoyar proyectos de empleo y desarrollo para el municipio; se modifica también el reglamento interno de gestión y funcionamiento de la Plaza de Mercado del municipio, teniendo en cuenta que esta es una unidad económica encargada de promover el funcionamiento eficiente del comercio de los productos que circulan en el mercado local, asegurando el correcto y oportuno suministro de productos alimenticios y manufacturados, mediante un adecuado sistema de abastecimiento, conservación y distribución de los mismos. En la parte turística se estuvo implementando una Corporación Turística Municipal, que actualmente está en receso, pero requiriendo ser reactivada.

Estos proyectos han sido estrategias que el municipio ha buscado para mejorar la calidad de vida de sus habitantes, pero ¿Qué es una estrategia? En el entorno empresarial actual, existen términos de moda como son la disminución de costos, aumento de utilidades, mejora de procesos, reorganización, uso de la mejor tecnología; que son difíciles de ser superados por otras empresas a esto es a lo que se le llama eficacia operativa. En términos teóricos la eficacia operativa significa realizar actividades similares mejor que los rivales.

Según Sanabria (2005), La eficacia operativa no es suficiente para el buen funcionamiento de una empresa, esta se complementa con la estrategia, la que a su vez significa escoger deliberadamente un conjunto de actividades para ofrecer

una mezcla inimitable de valor, tiene que ver con ser diferente. La posición de la estrategia se define de acuerdo a las necesidades cambiantes del entorno o de acuerdo al segmento de mercado en el cual se enfoque la empresa; estas pueden ser: posicionamiento en base a la variedad, posicionamiento en base a necesidades y posicionamiento en base a segmentar clientes.

El poder desarrollar una estrategia que sea innovadora y adecuada para la empresa genera muchos factores de éxito además de poder mantenerse en el mercado.

Hitt, Ireland y Hoskisson (2004), Definen que la “Estrategia es un conjunto de compromisos y actos integrados y coordinados cuyo objetivo es explotar las competencias centrales y conseguir una ventaja competitiva” (p. 10).

Al definir la importancia de la estrategia dentro de la organización, se puede decir que el municipio de Ciudad Bolívar debe formular estrategias de índole socio-económico que le permitan lograr los diferentes objetivos que tiene a largo plazo. Además se pueden implementar estrategias de expansión geográfica, diversificación, adquisición, desarrollo de productos, penetración en el mercado, reducción de costos, entre otras para así fortalecer cada día más la economía del municipio.

Ross y Kami (citados en David, 2003) afirman que “sin una estrategia, una empresa es como un barco sin timón, dando vueltas en círculos. Es como una trampa, pues no tiene un sitio dónde ir” (p. 3)

De ahí la importancia que tiene toda organización de hacerse la pregunta ¿cuál es nuestro negocio?, para así lograr conducir al establecimiento de objetivos, el desarrollo de estrategias y la toma de las decisiones de hoy para los resultados del mañana. Todo este tipo de información entra en juego al momento

de buscar una supervivencia en un mercado tan cambiante. Para lograr una excelente dirección estratégica son de gran importancia los estrategas.

David (2003), declara:

Los estrategas ayudan en una empresa a recabar, organizar y analizar información. Vigilan la industria y las tendencias competitivas, desarrollan el análisis de escenarios y los modelos para el pronóstico, evalúan el desempeño de la dirección y de las divisiones, detectan nuevas oportunidades de mercado, identifican amenazas para la empresa y elaboran planes de acción creativos (p. 8).

Para el municipio de Ciudad Bolívar, los estrategas son aquellas personas que puedan aportar ideas para el desarrollo del mismo, sin importar su nivel académico, que estén comprometidas con la idea, que quieran mejorar su calidad de vida y la de otros habitantes.

Es importante crear en los Ciudadbolivarenses una cultura de emprendimiento que, desde niños hasta adultos, tengan las herramientas necesarias para desarrollar ideas, mejorar productos, innovar y así aportar para la diversificación de la economía. Aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso

ya existente. Esto es lo que se busca en el municipio de Ciudad Bolívar, que sus habitantes posean aquella actitud y aptitud que le permitan emprender nuevos retos, nuevos proyectos; que le permitan avanzar un paso más, ir más allá de donde ya han llegado, que se sientan insatisfechas con lo que son y lo que han logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros.

Según el programa de emprendimiento, Unac Empresarial (2009) la innovación juega un papel primordial en el emprendimiento, además es importante que los emprendedores cuenten con diversas competencias; deben ser activos, ágiles, pero sobre todo tienen que tener una visión de conjunto de todo el negocio, deben ver no solamente los eventos iniciales si no los eventos futuros que puedan pasar con el negocio que están planteando; adicionalmente deben contar con conocimientos técnicos, con cualidades como algo de intuición, confianza en sí mismo y sobre todo aprender a medir el riesgo y no tener miedo en arriesgarse.

Por tal motivo la importancia de que la ciudadanía se prepare para lograr subsistir ante las crisis económicas, no se necesita de mucho capital para iniciar una nueva idea de negocio, se necesita de personas que sean creativas.

El gobierno nacional está haciendo grandes aportes para que los estudiantes tengan una formación en emprendimiento, desde que están en etapa de preescolar hasta terminar el bachillerato, para lograr egresados bachilleres, capacitados en diversas áreas como son: mercadeo, finanzas, administración, contabilidad y así darles herramientas que le permitan desarrollar una mayor competencia para montar su propio negocio y tener un nivel de innovación que permita diversificar la economía del país.

A continuación se esbozará de manera detallada los tres segmentos en que se divide el proyecto:

Emprendimiento

La cultura del emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad.

Origen del término emprendimiento

El emprendimiento tiene sus orígenes en el inicio de la historia de la humanidad, puesto que ésta en toda su historia ha luchado por superarse, por encontrar mejores formas de hacer las cosas y mejorar su calidad de vida. El emprendimiento es algo innato en la humanidad, algo que siempre ha estado presente en el hombre, aunque claro está, el emprendimiento no se ha desarrollado en todos los hombres. Quizás el emprendimiento ha sido la diferencia entre el hombre y los demás seres vivos, pues éstos últimos prácticamente no se han superado en miles de años, contrario al sorprendente progreso de la humanidad, y todo, gracias el espíritu emprendedor que le caracteriza.

El emprendedor es una persona con posibilidades de innovar, o sea con la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva. Acción emprendedora es toda acción innovadora que, a través de un sistema organizado de relaciones interpersonales y la combinación

de recursos, se orienta al logro de un determinado fin. La acción emprendedora tiene que ver con la capacidad de crear algo nuevo y con la creación de un nuevo valor.

Cultura del emprendimiento

Es el conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparte un grupo de personas hacia el EMPRENDIMIENTO, que surgen en la interrelación social, los cuáles generan patrones de comportamiento colectivos y establece una identidad entre sus miembros y lo identifica y diferencia de otro grupo.

Formación para el emprendimiento

La formación para el emprendimiento, busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones basadas en la formación de competencias básicas, laborales, ciudadanas y empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.

Fomento de la cultura el emprendimiento

Para fomentar la cultura del emprendimiento es preciso que se inicie un proceso desde los primeros años de vida de las personas. Este proceso debe contemplar estrategias encaminadas a llevar a la persona al convencimiento que mediante la creación de proyectos productivos se puede a llegar a triunfar tanto personal como económicamente.

Lamentablemente nuestro sistema educativo se ha enfocado a formar empleados

y asalariados más no empresarios. Y no solo el sistema educativo, también la misma estructura familiar y social llevan a las personas a ser empleados y no emprendedores.¹

A pesar de amplia difusión, el Emprendimiento es un tema inmerso en una maraña de conceptos y términos que se confunden e incluso parecen oponerse. El departamento de Antioquia, especialmente el municipio de Medellín, ha trabajado en la creación de organismos que permitan la difusión del término y provean herramientas a los habitantes para la creación de ideas innovadoras; entre ellos están:

Fondo emprender

Objetivos del fondo: Asignar recursos económicos en calidad de CAPITAL SEMILLA no retornable a iniciativas empresariales que provengan y que sean desarrolladas por aprendices o asociaciones entre aprendices, practicantes, estudiantes universitarios y egresados, con el propósito de generar empresa y crear empleos directos.²

Prioridades del fondo:

1. Financiar proyectos provenientes de aprendices del SENA y jóvenes universitarios (Estudiantes-Egresados).
2. Dirigir recursos hacia proyectos en todos los sectores de la economía nacional.
3. Apoyar empresas y generar empleo en todas las regiones del país.

¹ <http://www.gerencie.com/cultura-del-emprendimiento.html>

² <http://www.fondoemprender.com>

4. Conseguir a través de municipios, gobernaciones, Entidades de Derecho público y privado, de carácter nacional e internacional, mediante contribuciones ampliando el impacto y la cobertura del Fondo.

El proceso para la formulación, registro, evaluación y asignación de los recursos del Fondo Emprender, se desarrolla en ocho (8) etapas, así:

Registro y presentación del plan de negocio:

1. Formulación del plan de negocio
2. Convocatoria
3. Evaluación de planes de negocio
4. Jerarquización y priorización de planes
5. Asignación de recursos financieros
6. Seguimiento y acompañamiento a beneficiarios
7. Control y evaluación de la inversión.
8. Condonación y liquidación del contrato

Parque E

El Parque del Emprendimiento es una iniciativa de la Alcaldía de Medellín y la Universidad de Antioquia que busca fortalecer la cultura del emprendimiento y acompañar la creación de empresas a partir de las oportunidades de negocio o de los resultados de investigaciones y actividades académicas identificadas por los emprendedores.³

Este proyecto está inscrito dentro de la línea estratégica 'Medellín, productiva, competitiva y solidaria', del Plan de Desarrollo 2004 – 2007 'Medellín

³ <http://www.culturaemedellin.gov.co>

Compromiso de toda la Ciudadanía', que busca promover la cultura del emprendimiento desde la juventud, aprovechando los conocimientos que en esta materia han sido construidos por diversas organizaciones en diferentes sectores de la economía urbana y rural del municipio.

Para alcanzar este objetivo, la Universidad de Antioquia cuenta con una dinámica que posibilita fortalecer la cultura del emprendimiento entre la comunidad universitaria con quienes desarrolla actividades de sensibilización, capacitación y asesoría de proyectos de empresas por medio de la Unidad de Emprendimiento Empresarial y el apoyo de la Incubadora de Empresas de Base Tecnológica de Antioquia (Iebta) junto a Actuar Famiempresas.

Las líneas de acción de Parque E se definen en dos objetivos básicos: generación de cultura emprendedora y apoyo a la creación y fortalecimiento de empresas.

Generación de Cultura Emprendedora

1. Sensibilización en emprendimiento empresarial

Acercamiento a la comunidad.

Vinculación de la comunidad.

2. Formación

Coordinación académica.

Formación en competencias docentes.

Formación de competencias emprendedoras.

Formación en contenidos empresariales.

Apoyo a la creación y fortalecimiento de empresas

3. Promoción y desarrollo

Diagnóstico inicial de la idea de negocio.

Recepción de ideas de negocio.

Estructura inicial del plan de negocios (mercados y técnico).

4. Pre incubación

Validación comercial del plan de negocio.

Estructuración del plan de negocio (legal – organizacional).

5. Incubación

Montaje físico preoperativo de la empresa.

A la par con la Alcaldía de Medellín y la Universidad de Antioquia, existen también Redes que vienen fortaleciendo y generando espacios de desarrollo en torno al emprendimiento.

Parque E busca integrarse dentro de la Red Regional como un apoyo para las empresas y proyectos que se generan desde las instituciones de Antioquia; en la Red Nacional como un portavoz de la innovación, la investigación, la ciencia y la tecnología; y con la Red Internacional establece contactos no sólo en el ámbito empresarial sino también en el social y cultural.

Además de la participación en las Redes, Parque E tiene convenios establecidos con dos instituciones promotoras del emprendimiento: Barcelona Activa y el Parque Tecnológico de Software de Cali (ParqueSoft).

Sector Agropecuario

Visión del sector agropecuario municipio de Ciudad Bolívar

“En el 2020 Ciudad Bolívar tendrá un mayor nivel de autoabastecimiento, integrado a las cadenas productivas de la región con productores organizados, con alianzas estratégicas y acuerdos de competitividad, con aplicación de tecnologías en producción limpia y en armonía con el medio ambiente”.

El municipio cuenta con un área de 282 K2 distribuidos en los siguientes renglones productivos.

Tabla 1 Usos del Suelo Municipio de Ciudad Bolívar 2008⁴

Unidad	Clase	Extensión has	% part. has.	Tipo de extensión	Uso principal	Especies dominantes	
Cobertura vegetal	Bosques	3,4	12.06	Bosques densos	Protección y Extracción	Uva, Robles, Siete Cueros, Yarumo	
				Parches de bosques	Protección y Extracción	Yarumo, Siete Cueros	
	Rastrojo	400	1.42	Arbustos Altos	Protección de laderas y cauces de Micro cuencas altas	Mortiño, Zarza, Quiebrabarrigo, Anizillo, Platanillo, Pringamoso, Rascadera, Bambú	
					Arbustos bajos	Protección de cauces	Mortiño, Helecho, Marranero
	Pastos	11000	39.01	Pasto manejado	Ganadería extensiva	Brachiaria, Uribe, Estrella Africana, Micay, Kikuyo	
				Pasto enmalezado	Ganadería extensiva Tierras abandonadas	Helecho, Rabo de Zorro, Lenguevaca	
	Cultivos	9687	34.35			Cultivos de Café	Variedad Colombia, Caturra, Catimori
					85	0.3014	Cultivos Limpios
Cobertura vegetal	Cultivos	50	0.1773		Otros	Yuca, Fríjol	
		850	3.01	Asociaciones	Café / Plátano	Dominico Hartón.	
		Incluido en asociacio y cultivos limpios	ND	Cultivos Agroforestales	Agricultura del Café	Café/Nogal cafetero	
					Agricultura diversa	Café/Guamo/Mataratón	
					Agricultura tradicional de ladera	Café/Cedro y Café/Piñón	
Degradada	Áreas	157	0.56	Erosionadas	Ganadería extensiva	Uribe, Brachiaria	
					Protección		
Recuperación	Reforestación, sucesión vegetal	495	1.76		Protección de micro cuencas	Aliso, Tulipán Africano, Guadua, Acacia, Bambú, Nogal	
Subtotal		26,834	95.16				
Otros usos	Vías, espejos de agua, cascós urbanos.	1366	4.84				
Total		28,2	100.00				

⁴ Fuente UMATA 2007

Caracterización

El café, sigue siendo el producto insigne y el mayor generador de divisas para el municipio, este producto parece a veces salir de su crisis, por los buenos precios en el mercado internacional, pero la revaluación del peso hace que no sea tan bueno el precio final, además, se debe sumar el alto costo de los insumos y de recolección de la cosecha donde la mano de obra alcanza el 53% de los costos de producción generando bajas expectativas en los caficultores.

Se puede decir que el café, se quedó definitivamente en crisis, luego de subsidiar por muchos años el resto de la economía Colombiana, porque fue con el dinero generado por el café que surgieron en Antioquia industrias como la textil, que hoy en día hacen un gran aporte al PIB.

De otro lado, a pesar de los efectos positivos que puede generar el proceso de integración económica con otros países como la Comunidad Andina de Naciones, el Grupo de los Tres, MERCOSUR, TLC con los Estados Unidos y en un futuro el ALCA, debe revisarse especialmente lo concerniente a las políticas agropecuarias para que no vayan en detrimento de la producción agropecuaria nacional, si se tiene en cuenta la existencia de barreras arancelarias y cláusulas discriminatorias que le impiden competir al país en condiciones favorables ante los altos subsidios y el proteccionismo al sector agropecuario por parte de otros países.

Pero antes de pensar en exportar, se debería pensar en asegurar la soberanía alimentaria, sembrar para suplir la necesidad alimenticia del municipio y luego pensar en exportar. Hoy se produce para exportar y con estas divisas no se alcanza a comprar lo que consume.

El municipio se ubica en la subregión del suroeste en la zona cafetera, Y se dedicó al monocultivo del café; esto generó una marcada dependencia económica del grano, que por las crisis periódicas de su mercado mundial, lo configuran como una base económica inestable. Y es tal el arraigo cafetero del municipio que a pesar de la crisis se siguen incrementando las áreas cultivadas.

Diagnóstico

La realización del diagnóstico está basada en la información del Consenso Agropecuario Municipal, estadísticas del Sisben, Catastro Municipal, Anuario Estadístico de Antioquia, Caracterización de la zona del San Juan, Planeación Departamental, entre otras.

La caficultura es la actividad más importante, con un área sembrada a 31 de diciembre de 2006 de 9.680 Has., Aproximadamente, de las cuales se cosecharon 8.190 Ha, para una producción esperada de 15.315 toneladas, lo que representa económicamente 61.300 millones de pesos, hecho que lo coloca como segundo municipio en área sembrada después del municipio de Andes y el segundo en tecnificación después de Concordia, con un peso bastante significativo dentro del contexto de la economía departamental, siendo posible afirmar que el resto de las actividades agropecuarias y de servicios son un complemento a la caficultura y es a través de ella como la región genera buena parte de sus ingresos para importar todo aquello que no produce internamente.

Siendo el café predominante en el municipio, también se ha producido de manera tradicional, aunque sin suplir la demanda interna, fríjol, frutas, hortalizas, maíz, caña panelera, plátano y yuca.

Con el incremento de las áreas sembradas en café y la disminución de las distancias de siembra, se ha generado la pérdida de cultivos alternativos, como maíz, frijol, yuca y otros de pan coger, profundizando la crisis de seguridad alimentaria.

Se puede asegurar que los elementos que acompañan la alimentación de la comunidad provienen en gran parte de otras regiones e incluso de otros países (el maíz y el frijol por citar dos casos), a lo que se agrega un bajo potencial proteínico que se refleja en enfermedades carenciales, en particular en la población más joven del municipio y en los ancianos.

El aspecto cíclico de la cosecha de café lleva a limitar la generación de empleo durante todo el año, por lo que en épocas de no cosecha, un alto porcentaje de la comunidad local refleja dificultades económicas para su sustento, de igual manera en época de cosecha la población propia no es suficiente para las labores de recolección del grano, generando una población flotante de aproximadamente quince mil personas lo que eleva en un 50% la población del municipio, llevando a un mayor consumo de bienes y servicios, situación que debe tenerse en cuenta en el proceso planificador en temas como la Salud, la Seguridad, Abastecimiento de Alimentos, Consumo de servicios Públicos entre otros.⁵

⁵ Propuesta Plan de Desarrollo Agroambiental 2008 – 2011, Municipio de Ciudad Bolívar. Pág. 3

Tabla 2 Principales productos del Sector Agrícola⁶

Producto	Cuadro de áreas sector agrícola hectáreas									
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Café (Área sembrada)	8.424	8.430	8.439	8.451	8.451	8571	8.646	8.710	9.055	9.687
Café (Área Cosechada)	7.666	7.290	6.394	7.041	5.783	4.988	6.426	6.532	6.791	8.190
Plátano intercalado con café	600	610	640	670	670	670	680	720	770	835
Yuca	36	40	40	45	50	55	65	60	50	45
Frijol arbustivo	75	70	70	76	65	50	35	0	0	0
Caña	100	105	112	106	106	112	85	85	85	85

Producto	Rendimiento Kg / Ha									
	Área Hectárea									
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Café	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1870	1870	1870
Plátano intercalado con Café	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500	3500
Yuca	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000	9000
Frijol arbustivo	600	600	600	600	600	600	600	0	0	0
Caña (Panela)	6000	6000	6000	6000	6000	6000	7500	7500	7500	7500

Principales productos del sector agrícola⁷⁶ UMATA 2008

Volumen (Ton)										
Producto	Área Hectárea									
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Café	11499	10935	9591	10561,5	8674,5	7482	9639	12215	12699	15315
Plátano intercalado con café	2100	2135	2240	2345	2345	2345	2380	2520	2695	2923
Yuca	324	360	360	405	450	495	585	540	450	405
Frijol arbustivo	45	42	42	45.8	39	30	21	0	0	0
Caña (Panela)	600	636	672	636	636	672	638	638	638	638

% de Comercialización										
Producto	Área									
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Café	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Plátano intercalado con café	20%	20%	25%	30%	35%	25%	45%	55%	65%	65%
Yuca	70%	65%	65%	70%	68%	75%	70%	70%	70%	70%
Frijol arbustivo										
Caña (Panela)	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%

⁷ Fuente consenso agropecuario UMATA 1998-2007

Como se muestra en la tabla 2 respecto al café se observa un incremento en la siembra entre 2002-2007 de 1.236 Ha nuevas.

La principal problemática asociada al café es el alto costo de los insumos y la mano de obra para la recolección de la cosecha, esta última está representando un 50% de los costos de producción, lo que preocupa a los productores, pues han crecido las áreas cultivadas y en época de cosecha hay déficit de personal para la recolección, por lo que se presenta una competencia por conseguir recolectores, generando competencia desleal en el pago de recolección.

En cuanto a los cultivos complementarios al café, se observa un incremento en las áreas sembradas en plátano, entre 2002 y 2007 165 Ha nuevas, convirtiendo este producto agrícola en una importante alternativa económica en época de no cosecha, en la generación de ingresos económicos y la generación de empleo.

Mientras el café y el plátano han incrementados sus áreas, otros productos tradicionales, vienen presentando decrecimiento en la producción, tales como la Yuca que paso de 60 Ha a 45 Ha, el frijol arbustivo, que también viene en un alto decrecimiento pasando de 65 Ha en el 2002 a 0 Ha reportadas en el 2007, lo mismo para el maíz, esto debido a que los programas masivos de entrega de semillas por parte del municipio y otras entidades no se presentaron y los agricultores no hicieron las siembras o solo las hicieron como componente de seguridad alimentaria en algunos proyectos del plan municipal de seguridad alimentaria.

Tabla 3 Cuadro de especies, áreas y producción pecuaria.⁸

Especie	Unidad de Medida	Número de animales								
		1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Bovinos	Un	5.194	8.334	9.472	8.960	10.511	9.689	9.489	10.450	11.517
Equinos	Un	4.046	3.408	2.503	2.480	2.480	2.454	2.492	2.552	2.670
Porcinos	Un	3.004	1.45	786	1.642	2.050	1.382	1.835	1.978	2.283
Aves	Un	13.900	13.500	9.500	19.000	20.000	19.800	25.000	30.000	35.000
Peces	Un	41.550	61.300	76.600	82.500	75.500	42.460	20.416	20.000	15.600

Especie	Unidad de Medida	Número Has, estanques y colmenas								
		1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Bovinos	Has	8.420	12.320	12.320	12.325	12.420	12.422	12.422	12.320	12.180
Peces Estanques)	Un	32	40	90	97	93	134	115	100	90
Apicultura	Un	120	100	300	300	300	390	360	435	500

Cuadro de especies, áreas y producción pecuarias										
Especie	Unidad de Medida	Numero de productores								
		1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Bovinos	Un	No	298	301	310	340	345	340	345	350
Porcinos	Un	No	65	66	60	60	360	367	369	370
Aves	Un	No	4	5	15	12	8	5	5	3
Apicultura	Un	No	10	8	15	20	25	28	34	40

⁸ Fuente UMATA

La ganadería se constituye como la segunda actividad económica más importante del municipio y las actividades que se generan son ganadería de carne y de doble propósito.

El pastoreo extensivo predomina en el municipio, con 12.180 Has, en pasto, predominan 8.000 Has en gramas naturales y solo 4.200 Has son pastos mejorados y manejados (incluidos los pastos de corte). En los cañones de San Miguel y Remolino se concentra un 40% de la ganadería total del municipio donde predominan los latifundios. Además, de la ganadería bovina, en el municipio se encuentran a menor escala otras explotaciones como la porcina y otras especies menores como piscicultura, avicultura y apicultura.

Es de anotar que en los últimos años, la cabaña ganadera ha venido creciendo paulatinamente, pasando de 9.680 animales en el 2004 hasta llegar a 11.500 en el 2007. Este incremento se debe principalmente a la recuperación para la ganadería de muchas fincas que estuvieron abandonadas por sus dueños durante años debido a los graves problemas de orden público que desde tiempo atrás azotaron al municipio, pero que gracias a las políticas de seguridad implementadas por el gobierno central, han permitido el regreso de muchos ganaderos, lo cual se refleja en la fuerte reactivación del sector ganadero. En el municipio predomina la ganadería de doble propósito (85%), para la producción de carne y leche. Sin embargo, se nota una baja capacidad de carga animal por Ha, 0,94 animales lo que hace que la ganadería en el municipio sea poco eficiente.

En cuanto a sanidad, podemos afirmar que las campañas sanitarias que se llevan en el municipio tienen un cubrimiento del 100% en vacunación contra la Fiebre Aftosa, 75% contra la Brucelosis, pero es aún muy baja en la prevención

de otro tipo de patologías que afectan al ganado, como son el Carbón sintomático (endémico en la zona cafetera baja), Septicemia hemorrágica, Leucosis, Rabia bovina, Estomatitis Vesicular, Mastitis, hemoparásitos, endo y ectoparásitos, entre otras. La apicultura es otro renglón que tuvo crecimiento pasando de 350 colmenas en el 2004 a 500 en el 2007, logrando asociar a 20 productores.

Tabla 4 Predios y propietarios de Ciudad Bolívar⁹.

Rangos Hectáreas	Número Propietarios	Número Predios	Áreas/Terreno	Vr. Áreas
0.0 a 0.9	79	79	0	187
1.0 a 3.0	2,115	1,456	1,391.30	2.206'450.048
3.1 a 5.0	474	255	1,006.60	1.303'022.154
5.1 a 10	550	314	2,228.10	2.891'186.379
10.1 a 15	142	142	1,757.60	2.070'401.398
15.1 a 20	209	71	1,230.10	1.507'401.398
20.1 a 30	133	86	2,094.20	1.955'598.733
30.1 a 50	176	85	3,326.00	3.407'426.181
50.1 a 70	30	30	1,736.20	1.491'062.733
70.1 a 100	54	17	1,421.80	1.898'978.218
100.1 a 150	41	14	1,705.00	1.345'607.935
150.1 a 200	43	16	2,728.90	2.085'070.299
200.1 a 250	3	3	670.6	594'211.819
250.1 a 300	13	2	516	360'408.070
300.1 a 400	6	1	304	68'514.639
400.1 a 500	1	1	489.2	433'860.305
500.1 a 1000	1	1	555.4	123'129.044
Mas de 1000	0	0	0	0
Torales	4,17	2,573	23,160.80	22.940'818.730

La tabla 4 refleja los usuarios potenciales del servicio de asistencia técnica agropecuaria, a través de la Unidad Agroambiental que asciende a 3.878.

⁹ Fuente: Catastro Municipal 2003

El plan de Gobierno Departamental parte de una gran problemática, el alto nivel de pobreza de la población. El municipio de Ciudad Bolívar no es ajeno a esta problemática y en datos estadísticos de planeación departamental el municipio aparece con un índice del 79% de pobreza.

Como se observa el principal problema en el área agropecuaria es el incremento de la pobreza en el sector rural, el cual tiene como causas las siguientes:

Débiles canales de comercialización e industrialización

En la región se cuenta con canales para la comercialización de algunos productos agrícolas. El café, que es el principal renglón económico cuenta con la comercialización asegurada con 10 comercializadores privados y una cooperativa con tres puntos de compra. El plátano, banano y otros frutales se comercializan con la cooperativa San Juan, quien comercializa los productos en la plaza mayorista de Medellín, algunos productores venden tomate, pepino, cilantro y cebolla; en el mercado local se comercializan en menor escala, panela, plátano, banano, tomate, cilantro, y algunos frutales pero sin contar con un comercio asegurado ni reglas claras sobre oferta, demanda y precios de venta que aseguren una estabilidad al productor.

Desde la plaza de mercado municipal se realiza el acopio de los diferentes productos sirviendo de enlace entre productores y comercializadores.

Otra problemática que se ve es que productos básicos de la canasta familiar como yuca, maíz y frijol, a veces tienen que ser importados, pues se presenta una notable disminución en la producción de estos a nivel local.

La comercialización de la leche se da principalmente a través del Centro de Acopio Lechero de la Asociación de ganaderos ASOGANA con el Apoyo de la plaza de mercado Municipal. La ganadería bovina, el segundo renglón económico, se comercializa a nivel local en 45 carnicerías, que no cumplen con la nueva normatividad sanitaria para dichos establecimientos contando con la planta de sacrificio municipal. También se cuenta con una incipiente feria de ganado con 15 corrales, además, se comercializa, en las ferias ganaderas de municipios vecinos y las subastas ganaderas de Cauca Viejo y La Pintada.

La comercialización de otros productos pecuarios como cerdos, pollo, huevo se da a nivel local y no se autoabastece el mercado.

Se debe anotar que dentro de los programas de diversificación adelantados en el pasado, se logró asociar a los apicultores, dentro de AGROCIBOL, con un proyecto de Alianza y cadena Apícola de Antioquia, y llevando a cabo una comercialización de 25 toneladas de miel con el apoyo de la plaza de mercado.

A pesar de contar con las anteriores alternativas de mercado, se hace indispensable implementar estrategias de mercadeo como alianzas estratégicas, acuerdos de competitividad, agricultura contratada, buscando con ello el ingreso a las cadenas productivas.

Débil participación en las organizaciones comunitarias

El municipio cuenta con diferentes asociaciones de productores, entre las cuales se tienen:

“AGROCIBOL” = Asociación de productores Agropecuarios de Ciudad Bolívar, con 80 productores.

“ASOGANA” = Asociación de Ganaderos de Ciudad Bolívar, con 17 productores asociados.

Grupo Comunitario Trapiche Vereda La Lindaja, con 28 productores asociados.

Comité Municipal de cafeteros con 800 asociados que representan la organización del principal rubro productivo en el municipio.

A pesar de contar con dichas asociaciones los usuarios potenciales de asistencia técnica alcanzan las 3.878 personas; comparado con los 125 asociados en las organizaciones, diferentes a los productores de café, lo que muestra un alto grado de desinterés para participar en dichas organizaciones sociales.¹⁰

Baja planificación y complementación con cultivos alternativos al café

A nivel comercial los principales rubros son el café con 9.687 Has. sembradas y la ganadería con un inventario de 11.517 animales.

La baja complementación de cultivos alternativos al café, está dada por la falta de una caracterización de las zonas productivas, pues el café se desarrolló en terrenos de vocación forestal generando conflictos en el uso del recurso suelo, solo se pensó en la producción de café puesto que éste cuenta con una comercialización asegurada y se adapta fácilmente a condiciones agro-ecológicas con un alto arraigo y una cultura para su producción que genera los ingresos para suplir las necesidades de otros productos.

La baja complementación de cultivos alternos al café, se deriva de la falta de estrategias de comercialización como acuerdos de competitividad y agricultura

contratada; se cuenta con herramientas como los paquetes tecnológicos, la asistencia técnica y la posible comercialización para los diferentes rubros productivos, pero se presenta una baja adopción de tecnología en productos diferentes al café.

Estudiando el sector agropecuario del municipio de Ciudad Bolívar, se encuentra que la región tiene diversas opciones para ampliar la economía de la región, por tal motivo se proponen dos estrategias para implementar en este sector:

Madera de Café

El grupo antioqueño Monarca le muestra al mundo como la innovación y la tecnología se alían para hacer de los desperdicios una oportunidad para cambiar el mundo.

En Colombia cada año se pierde el 20% de las hectáreas cultivadas y la mayoría son destinadas a podrirse o quemarse, generando un alto impacto ambiental. Se dejan de aprovechar 10 millones de metros cúbicos de madera de café con alto potencial.

Tras realizar varios experimentos para determinar las propiedades físicas y mecánicas del nuevo material, los resultados mostraron que la madera tenía un gran potencial por su apariencia física, su resistencia y podría remplazar a madera de origen tropical salvando la tala de 150 mil hectáreas de bosques cada año, solo en Colombia. Esta madera puede ser utilizada para producir muebles, puertas, clósets, gabinetes de cocina y vigas.

¹⁰ Propuesta Plan de Desarrollo Agroambiental 2008 – 2011, Municipio de Ciudad Bolívar. Pág. 14

Jaime Restrepo Representante a la Cámara, creador de la Ley de ciencia y tecnología, comenta que si utilizamos la madera de todo las hectáreas desperdiciadas de café, podríamos producir más ingresos de los que produce las exportaciones del café.

Por tal motivo se propone al municipio de Ciudad Bolívar que implemente la venta de la madera de café, para que los caficultores puedan tener un doble ingreso con sus cultivos.

Piscicultura

Conceptos y Definiciones

Piscicultura: La piscicultura tiene por objeto el cultivo racional de los peces, lo que comprende particularmente el control de su crecimiento y su reproducción. Se practica en estanques naturales o artificiales, vigila y regula la multiplicación, alimentación y el crecimiento de los peces, así como la puesta en funcionamiento y mantenimiento de estos recintos acuáticos, en lugar de dejar a la naturaleza se encargue de ello.

Estanques: Es una de las estructuras que componen una finca acuícola, la cual es diseñada y construida bajo especificaciones que permiten el cultivo eficiente de organismos acuáticos. En la piscicultura los estanques de más aplicación son los estanques de presa, se construyen en el fondo de un valle colocando un dique a través de éste y quedando alimentado por una o varias fuentes de agua y los estanques de derivación están dispuestos sobre un lado del valle y se alimentan de agua por una derivación que parte de un arroyo o fuente principio de abastecimiento.

Piscicultura intensiva: Consiste en lograr la producción a un control lo más completo posible, se efectúa básicamente con fines comerciales y para esto se necesitan estanques técnicamente contruidos con entrada y salida de agua. Las cosechas y las siembras se llevan a cabo periódicamente, obedeciendo a una programación de la producción. En este tipo de piscicultura se realiza un control permanente de la calidad de agua y se practican abonamientos frecuentes con estiércol de animales o fertilizantes químicos. Se suministra alimento concentrado con niveles mayores de proteína en forma permanente y se programa la densidad de siembra la cual varía de acuerdo a la especie y el grado de explotación. Se aplica una mayor tecnología cuya base está dada por los recambios continuos de agua y/o la aireación.

Piscicultura extensiva: Es considerada como la contraparte de la intensiva, en ella el control que se ejerce sobre el cultivo es reducido. Por lo general se efectúa en embalses o reservorios bien sea naturales o artificiales, dejando que los peces subsistan de la oferta de alimento natural que allí se produzca. En este sistema de cultivo no se proporciona ninguna clase de alimento suplementario y el aprovechamiento se efectúa a partir del momento en que se detectan animales de talla comercial. Las densidades a las cuales se siembran los organismos son bajas y la intervención del hombre se limita simplemente a la siembra y al aprovechamiento de estos organismos.

Piscicultura semi-intensiva: Se practica en forma similar a la extensiva, pero en este caso ya existen por lo general estanques o reservorios contruidos por el hombre y las técnicas de manejo se limitan simplemente a la siembra de los peces, abonamiento y preparación del estanque en forma incipiente y esporádica. En ocasiones, si se suministra algún tipo de alimento, estará compuesto

principalmente por desechos domésticos y residuos agrícolas. Cuando se suministra alimento concentrado, es de bajo contenido de proteína.

Monocultivo: El monocultivo es el que se fundamenta en la utilización de una sola especie durante todo el proceso.

Policultivo: Es el cultivo de dos o más especies en un mismo estanque con el propósito de aprovechar de una mejor forma el espacio y alimento que existe en él.

Cultivo en jaulas: Se refiere al mantenimiento de organismos en cautiverio dentro de un espacio cerrado, pero con flujo libre de agua; las mismas están suspendidas en el agua y cerradas por todos los lados con paños de red o rejillas de otros materiales.

Cultivo en piletas de concreto: Son estanques de cemento generalmente utilizados en el cultivo de truchas; los mismos se construyen de acuerdo al tipo de terreno, sistemas de cultivo y especies de cultivo.

Espejos de agua: Se refiere a la superficie de los estanques utilizados en el cultivo.

Semilla o alevines: Se refiere a la cría de pez destinado a repoblar los estanques.

Embalses: Gran depósito que se forma artificialmente para almacenar las aguas de un río o arroyo.¹¹

La notable disminución de la pesca de captura en el mundo ha conducido a que la producción acuícola (acuicultura) se constituya en una fuente alternativa de proteína para la seguridad alimentaria mundial (FAO, 2003) y a su vez, como una actividad generadora de empleo e ingresos. Dentro de ese conjunto, la

piscicultura, definida como aquella actividad dedicada al cultivo de peces bajo manejo e implementación de buenas prácticas (desarrollo genético, incubación, alimentación, reproducción y sanidad de las especies), ha crecido de manera considerable durante las últimas décadas. De hecho, en los últimos 20 años la producción mundial de especies como la tilapia, trucha y cachama han crecido a ritmos de 12%, 6% y 29%, respectivamente.¹²

En ese contexto, la producción acuícola colombiana se ha orientado en el mismo sentido que la producción mundial, esto es, al cultivo de camarón, tilapia, trucha y cachama. Estas tres últimas son las principales especies en materia de piscicultura desarrolladas en el país.

Una de las actividades económicas que tiene el departamento de Antioquia es la pesca deportiva, en especial la de trucha, que gracias a las fuentes de agua y diversos climas del departamento es cada vez más común en diferentes municipios.

En las trucheras es fácil conocer el proceso de cultivo de ese pez, desde su estado en alevino hasta el momento de su madurez y ya propicio para la pesca recreativa o deportiva, dichas trucheras se ubican en estanques y lagos, y por lo general se cuenta con zonas verdes, muchas veces con camping y restaurantes en sus alrededores, en donde se puede incluso degustar de las truchas que captura cada pescador. Estos lugares se ubican casi siempre en zonas rurales, a donde se logra llegar por caminos en medio de ambientes naturales, muy del gusto de los amantes de los destinos campestres. Esta práctica es común en

¹¹ <http://www.contraloria.gob.pa/DEC/Publicaciones/11-02/PISCICULTURA.pdf>

¹² La cadena de la piscicultura en Colombia, Una mirada global de su estructura y dinámica.

subregiones como el Norte, Urabá, Suroeste, Bajo Cauca y Nordeste, en especial en municipios como Belmira, Chigorodó, Jardín, Támesis, Tarazá, Valparaíso, Vegachí y Yalí.

Es importante resaltar que hace algunos años los piscicultores de la vereda El Empuje la Mina del Corregimiento Farallones Ciudad Bolívar , con el apoyo de la Junta de Acción comunal de la vereda y la UMATA del entonces, hoy Unidad Agroambiental, construyeron la primera unidad productiva llamada (Truchera la Mina), en predios ubicados en una zona determinada por las fuerzas Militares de Colombia, como corredor obligado para grupos subversivos en especial para el frente 34 de las FARC, estructura que tiene una retaguardia muy importante en esta zona, especialmente en el tránsito al municipio de Urrao , a el parque Nacional ecológico las Orquídeas y vecino departamento del Choco.

Allí, la comunidad recibió en comodato unas instalaciones, donde se sembraron de manera artesanal 3.000 truchas arco iris de regular tamaño arrojando resultados negativos debido al temor ocasionado por la presencia subversiva de la zona y el desplazamiento forzado de sus habitantes y a la ausencia de aplicación de técnicas adecuadas y la falta de conocimiento por parte de la comunidad sobre el manejo y procesamiento de la trucha, lo que conllevó a un fracaso y abandono por parte de la comunidad de los estanques.

Sin embargo se debe aceptar que el conocimiento por ellos adquirido, es muy valioso, siendo así que es el fruto de muchos años de esfuerzos continuos para adoptar tecnologías, que en muchos casos no se aplicaban a sus explotaciones, factor determinante en el buen desempeño de esta producción. Sobre todo teniendo en cuenta que no existe un estímulo económico o educativo que les permita ampliar sus horizontes a nivel productivo.

Con esta estrategia se pretende incentivar a los ciudbolivarenses a diversificar sus cultivos, con productos como lo son la cachama y la tilapia que se prestan para clima cálido, pero a la vez, se concentrará principalmente en la reactivación de los estanques piscícolas de la vereda El Empuje, brindándoles el acompañamiento necesario y capacitándolos; permitiendo con esto que los productores establezcan comparaciones entre la forma como están realizando el manejo actual piscícola (tradicional) y el manejo técnico que se debe dar a la explotación, adoptando la tecnología que más se adapté a sus condiciones.

Presentación del problema

El desarrollo de la piscicultura en la región requiere de la articulación de toda la cadena productiva para lograr un crecimiento ordenado y sostenible. El trabajo en cadenas productivas supone una transformación económica, ambiental, productiva y social, exige una nueva concepción sobre las formas de aprendizaje; y requiere un cambio de paradigmas sobre el trabajo grupal y el papel de los diferentes actores en la consecución de la productividad y la competitividad de las regiones.

Asociados a esta problemática, se encuentran algunas situaciones que ponen en riesgo el desarrollo de las comunidades. En la formulación del plan de desarrollo se determinaron en el área agropecuaria el empobrecimiento paulatino del sector rural, dado por la deficiente oferta alimentaria, los altos índices de desnutrición en la población infantil y como consecuencia el incremento de la presión ejercida por la comunidad sobre los recursos naturales, con el fin de satisfacer sus necesidades básicas.

Así entonces el problema toma forma y se evidencia con mayor rigor en

algunos sectores del área rural donde las condiciones favorables, los sistemas de tenencia de la tierra y la crisis del sistema agropecuario que sustenta la economía del municipio en solo dos rubros productivos como la caficultura y la ganadería de carne, impiden una buena diversificación y restan a las familias las posibilidades de acceder a satisfacer sus necesidades básicas, sobre todo en el aspecto de la alimentación y la nutrición.

Causa

Falta de procesos de formación y acompañamiento a las comunidades en lo relativo a la identificación de problemas, amenazas, riesgos y oportunidades en sus territorios, asociado a deficientes o incipientes estructuras de organización comunitaria.

Efecto

Insuficientes escenarios básicos para que las comunidades formulen y emprendan acciones respecto a su sostenibilidad, trayendo con ello la disminución de la calidad de los sistemas productivos y por ende de su calidad de vida.

Objetivo

Reactivar el sector piscícola con el cultivo de la trucha arco iris, cachama y tilapia, mejorando la calidad de vida de las familias ubicadas en municipio de Ciudad Bolívar, Antioquia.

Objetivos específicos

1. Mejorar la dieta de los campesinos, aumentando el consumo de proteínas de origen animal, lo que constituye un cambio positivo en sus hábitos alimenticios.
2. Diversificar la producción rural, variando los rubros tradicionales de cultivos como lo son el café y el plátano, sin recurrir a tecnologías sofisticadas y costosas.
3. Brindar asistencia técnica y acompañamiento a las familias piscicultoras del municipio, en todo lo referente al cultivo y procesamiento de los peces.
4. Atraer a los turistas que visitan esta región del Municipio por medio de la pesca deportiva y los criaderos de peces.

Sector Turismo

Tendencias mundiales de turismo

En el contexto global, el turismo se ha manifestado como la industria de más rápido crecimiento en el mundo y con amplias implicaciones en los ámbitos ambiental y sociocultural de los pueblos del mundo. Esta importancia de la actividad se evidencia en su contribución económica como generador de divisas para la mayoría de los países, representando uno de los sectores que más empleos genera anualmente.

Según la Organización Mundial del Turismo, OMT, se proyecta que el turismo internacional continuará creciendo a una tasa anual entre 4 y 4,5%, alcanzando a unos mil millones de llegadas de turistas en 2010 y cerca de 1.600

millones en el 2020. Los ingresos turísticos (gastos totales de los turistas internacionales) acrecentaran a 2 billones de dólares para ese año, donde una de cada cuatro llegadas será de larga distancia, es decir de un turista que viaja entre diferentes regiones y continentes del mundo. Todas las regiones del mundo registrarán un desarrollo importante del turismo internacional y el turismo interno seguirá creciendo a buen ritmo en todas las regiones.

Por tales razones, el turismo es una actividad de gran importancia para la sociedad actual, especialmente por ser un factor que permite el aprovechamiento del tiempo libre y su ejercicio como derecho para la humanidad, así como componente de conocimiento e intercambio intercultural entre los pueblos del mundo.

En el contexto de la globalización, la cultura e identidad de cada país está llamada a tener una profunda relación con su desarrollo económico y plantea un nuevo diálogo para la interacción mutua de la cultura propia con la de las demás civilizaciones del mundo.

En el lapso de las últimas décadas, el planeta ha experimentado cambios económicos, políticos, sociales, ambientales y culturales, que han puesto de público la necesidad de avanzar en la búsqueda de nuevos referentes para emprender y plantear nuevas soluciones a las problemáticas globales cada vez más complejas. En este sentido, temas que antes se consideraban de poco interés, como la salvaguarda y conservación de los valores y manifestaciones que componen el patrimonio material e inmaterial propio de las comunidades, su cultura, han pasado a ocupar un lugar importante no sólo en las agendas de los Estados, sino también en las agendas de los grandes foros y escenarios internacionales.

Se habla, entonces, de la nueva utilidad social de la cultura, que tiene desde su uso la capacidad de crear nuevos emprendimientos, la posibilidad de generar empleo y con esto la potencialidad para consolidar verdaderamente una cadena productiva en torno a las industrias culturales, de acuerdo con el modelo de desarrollo económico y de cultura local, contribuya a la disminución de la pobreza en las regiones del planeta.

Dentro de estas tendencias del desarrollo sostenible de los territorios, así como el establecimiento de industrias culturales en ellos, el turismo está llamado entonces a ser un proceso social, que crea espacios de interacción entre los visitantes y las comunidades receptoras, en los aspectos ambientales, económicos y culturales de las sociedades.

Beneficios del turismo en la región

Con el propósito de mejorar la participación de la actividad Turística dentro de la economía del municipio y así contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes del territorio y mejorar la competitividad del municipio es estratégico promover el turismo en Ciudad Bolívar.

El turismo es una fuente incuestionable de bienestar porque pone en movimiento la economía de las naciones y representa una parte fundamental del producto interno bruto y de la balanza de pagos de la mayoría de los Estados. Además, en las diversas tareas relacionadas con la actividad turística están empleadas millones de personas y encuentran trabajo las categorías sociales más variadas.

El turismo favorece la creación de asociaciones de trabajadores y de cooperativas familiares y de otros tipos, implica la ciudad y el campo, abarca

lugares de montaña, así como parajes naturales o de gran significación cultural. El turismo se constituye de este modo en ocasión y fuentes privilegiadas para promover el arte y la artesanía. Mediante la innovación tecnológica más actualizada (Internet, autopistas, etc.) se elimina la distancia de tiempo y de espacio de tal manera que el turista puede llegar fácilmente a cualquier rincón de la tierra.

En la acogida recíproca entre el visitante y el residente se puede realizar aquel intercambio de bienes naturales y culturales que hace la convivencia humana más fraterna y solidaria. El turismo tiene que ver sobre todo con el ser humano. El enriquecimiento que el turismo puede producir no debe de ser, por tanto, meramente económico o material.

El turismo puede propiciar un auténtico desarrollo humano y social gracias a la oportunidad siempre mayor que ofrece de compartir bienes, de realizar abundantes intercambios culturales, de admirar la belleza de la naturaleza y del arte y de encontrarse con mentalidades, tradiciones y religiones diversas.

El turismo en el Siglo XXI sigue su tendencia a convertirse posiblemente en la herramienta más importante para el desarrollo social y económico de todas las naciones.

Tendencias del turismo en internet

En el sector turístico el internet ha hecho un auge radical. El internet es una herramienta valiosa en la comercialización de los servicios. Además el internet ofrece ventajas valiosas comparadas con los medios de comunicación tradicionales: disminución de costos en los intercambio de información; velocidad creciente de la transmisión informativa; implicación del cliente en el control de

transacciones; y una mayor flexibilidad en el uso de los elementos del marketing-mix¹³.

En la prestación del servicio el internet ayuda a mejorar la calidad del servicio en el momento de interacción con el cliente. Los sitios web satisfacen las necesidades de los consumidores gracias al manejo fácil y transparente de la información. También permite la posibilidad de comparar información del servicio turístico, modificar o adaptar el servicio o el producto a los intereses personales del cliente. Las comunicaciones a través de los sitios web, los correos electrónicos y los grupos de noticias pueden ser casi tan eficaces como la venta personal.

Basándose en el enorme potencial de internet los productos turísticos son ideales para ser expuestos en este medio. El turismo es una industria intensiva de información e internet es el medio más eficaz de intercambio de información a nivel mundial.

Existen cifras alentadoras que muestran el auge y potencial de la relación de turismo e internet: En los Estados Unidos durante el 2007 el 51% de los viajes se vendieron a través de Internet. En el 2008 se proyecta un crecimiento al 56%, alcanzando un 60% en el 2009¹⁴. En España durante 2007 la facturación por venta de viajes en Internet tuvo un crecimiento del 40% superando los 5,000 millones de Euros. En el 2008 se espera un crecimiento del 30%¹⁵.

¹³ http://www.tierraadentro.org/subidas/encuentro/archivos/arc_356.pdf

¹⁴ PhocusWright's "Consumer Travel Trends Survey

¹⁵ Informe Especial de DBK: "Comercio Electrónico de Viajes

MARCO LEGAL

Normatividad para las políticas de emprendimiento

Normatividad por la cual se rige la política de emprendimiento

Ley 344 de 1996. Por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones.

Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.

Ley 789 de 2002. Artículo 40. Créase el Fondo Emprender. Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.

Decreto 1192 de 2009. Por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el documento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.

Decreto 525 de 2009. Por el cual se reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000 y demás normas concordantes.

Decreto 2175 de 2007. Por el cual se regula la administración y gestión de las carteras colectivas.

Decreto 4463 de 2006. Por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006

CONPES 3297 de 2004. Agenda Interna para la Productividad y Competitividad: metodología.

CONPES 3424 de 2006. Banca de las Oportunidades. Una política para promover el acceso al crédito y a los demás servicios financieros buscando equidad social.

CONPES 3439 de 2006. Institucionalidad y principios rectores de política para la competitividad y productividad.

CONPES 3484 de 2007. Política Nacional para la Transformación Productiva y la Promoción de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas: un esfuerzo público y privado.

CONPES 3527 de 2008. Política Nacional de Competitividad y Productividad.

CONPES 3533 julio de 2008. Bases para la adecuación del Sistema de Propiedad Intelectual a la Competitividad y Productividad Nacional”.

Ley 1014 de 2006

Algunos artículos de la ley 1014 de 2006

El artículo 2 de la Ley 1014 de 2006, en el que se debe tener en cuenta “Objeto de la Ley”, establece que “hay que promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura de emprendimiento y la creación de empresas, establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo, crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias

empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento, propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo, promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial”.

El artículo 3 de la Ley 1014 de 2006. “Principios generales”, señala que la “formación integral en aspectos y valores como desarrollo del ser humano y su comunidad, autoestima, autonomía, sentido de pertenencia a la comunidad, trabajo en equipo, solidaridad, asociactividad y desarrollo del gusto por la innovación y estímulo a la investigación y aprendizaje permanente, apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional”.

Igualmente el artículo 4 de la Ley 1014 de 2006. “Obligaciones del Estado”, establece que es obligación del estado “promover en todas las entidades educativas formales y no formales, el vínculo entre el sistema educativo y el sistema productivo para estimular la eficiencia y la calidad de los servicios de capacitación”.

Así, mismo el artículo 12 de la ley 1014 de 2006, establece que son objetivos específicos de la formación para el emprendimiento “lograr el desarrollo de personas integrales en sus aspectos personales, cívicos, sociales y como

seres productivos, contribuir al mejoramiento de las capacidades, habilidades y destrezas en las personas, que les permitan emprender iniciativas para la generación de ingresos por cuenta propia y promover alternativas que permitan el acercamiento de las instituciones educativas al mundo productivo”.

El artículo 13 de la ley 1014 de 2006, constituye que en todos los establecimientos oficiales o privados que ofrezcan educación formal es obligatorio en los niveles de la educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, cumplir con la “definición de un área específica de formación para el emprendimiento y la generación de empresas, la cual debe incorporarse al currículo y desarrollarse a través de todo el plan de estudios”.

También el artículo 18 de la ley 1014 de 2006, en el párrafo establece “el Gobierno Nacional a través de las distintas entidades, las gobernaciones, las Alcaldías Municipales y Distritales, y las Áreas Metropolitanas, podrán presupuestar y destinar anualmente, los recursos necesarios para la realización de las actividades de promoción y de apoyo al emprendimiento de nuevas empresas innovadoras. Los recursos destinados por el municipio o distrito podrán incluir la promoción, organización y evaluación de las actividades, previa inclusión y aprobación en los Planes de Desarrollo”.

El artículo 22 de la ley 1014 de 2006, acerca de la constitución de nuevas empresas establece que “las nuevas sociedades que se constituyan a partir de la vigencia de esta ley, cualquiera que fuere su especie o tipo, que de conformidad a lo establecido en el artículo 2° de la Ley 905 de 2004, tengan una planta de personal no superior a diez (10) trabajadores o activos totales por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes, se constituirán con

observancia de las normas propias de la Empresa Unipersonal, de acuerdo con lo establecido en el Capítulo VIII de la Ley 222 de 1995. Las reformas estatutarias que se realicen en estas sociedades se sujetarán a las mismas formalidades previstas en la Ley 222 de 1995 para las empresas unipersonales”.

Información relacionada

Beneficio de gradualidad en el pago de parafiscales para mi pymes

Acceso al beneficio de gradualidad en el pago de parafiscales, establecido en el Art. 43 de la Ley 590 de 2000 y reglamentado por el Decreto 525 de 2009. Este beneficio permite a las Mipymes acceder a través de la Planilla Integrada de Liquidación de Aportes (PILA), a una reducción en el pago de parafiscales del setenta y cinco por ciento (75%) para el primer año de operaciones, del cincuenta por ciento (50%) para el segundo año y del veinticinco por ciento (25%) para el tercer año, para entrar a pagar la tarifa plena únicamente a partir del cuarto año.

Este beneficio representa alivios y ventajas para las Mipymes que se acogen al mismo.

Iniciación formal de la actividad empresarial

La informalidad

Informalidad se define como la ejecución de una actividad económica sin sujeción a las obligaciones establecidas para el desarrollo de la misma, por parte de la normatividad vigente (por ejemplo, el pago de impuestos, el registro mercantil o la afiliación de los trabajadores a la seguridad social), esto es, el no cumplimiento de las obligaciones legales por parte de la empresa.

Razones principales por las cuales una empresa decide iniciar su actividad por fuera de la formalidad:

1. Exclusión: en este caso la decisión de ser informal es forzosa. Se presenta por el difícil acceso del individuo a un trabajo en el sector formal y/o por los excesivos requisitos y altos costos que le implica a la empresa ingresar a la formalidad.
2. Escape: consiste en que la decisión de ser o no informal es voluntaria. Las empresas o los trabajadores prefieren operar en la informalidad persiguiendo independencia y flexibilidad, cuando la relación costo beneficio es a su juicio negativa.
3. Desconocimiento de las obligaciones y los procedimientos para ajustar su actividad a la norma.

Obligaciones que se deben cumplir para ser formal en Colombia.

1. Registro de la actividad empresarial ante las cámaras de comercio.
2. Inscripción en los registros de impuestos, tanto nacionales como distritales y municipales.
3. Registro de la empresa ante una administradora de riesgos profesionales.
4. Registro de la empresa ante SENA, ICBF y cajas de compensación.
5. Afiliación de los trabajadores ante las entidades correspondientes del Sistema de Seguridad Social.
6. Cumplimiento de normas relacionadas con la apertura y funcionamiento de establecimientos de comercio (Sayco, normas sanitarias y de salud, normas de seguridad física, normas ambientales, usos de suelo, etc.).

La informalidad barrera para el desarrollo del país.

Como política pública prioritaria, el estado colombiano busca consolidar un sector privado dinámico que posea altos niveles de productividad e innovación, a través del cual desarrollar varios propósitos constitucionales, como lo son el aumentar las tasas de crecimiento económico, el desarrollo de un mercado laboral que genere empleos de calidad e ingresos suficientes para los trabajadores y la reducción en los niveles de pobreza y desigualdad.

Sin embargo, el propósito de contar con un sector privado robusto y con altos niveles de productividad depende en gran parte de la vinculación efectiva de la totalidad de este sector a la economía formal del país. Cuando las empresas desarrollan sus actividades desde la informalidad, tienen menores niveles de productividad y mantienen una escala de operación inferior a la óptima, afectando de esta forma la consolidación de un sector privado dinámico.

En este sentido y teniendo en cuenta que una parte considerable de las empresas en Colombia llevan a cabo sus actividades en la informalidad (Se estima que el 41.1% de las microempresas del país son informales), es particularmente importante diseñar estrategias que permitan a los empresarios informales transitar hacia la formalidad, de la misma forma que impulse a los nuevos emprendedores a que inicien su actividad empresarial desde el plano de la formalidad.

Beneficios de un empresario formal en Colombia

Mayor tranquilidad frente a controles de las autoridades.

No imposición de multas por el incumplimiento de las obligaciones a cargo de la empresa.

Mayores posibilidades de crecimiento.

La posibilidad de ofrecer garantía a los clientes.

Mayor acceso a mercados de bienes y servicios (financiero, grandes empresas, compras estatales, internacionales y nacionales).

Acceso a servicios gubernamentales de todo orden.

Posibilidad de acceder a los beneficios y diferentes programas de apoyo a emprendedores, ofrecidos por el Gobierno y por los particulares.

MCIT para promover la iniciación formal de la actividad empresarial.

Se disminuyó el número de empresas sujetas a vigilancia de la Superintendencia de Sociedades, teniendo en cuenta básicamente el riesgo que generen (Decreto 2300 de 2008).

Se apoyó la sanción de la Ley 1258, que crea la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS).

Se suprimieron los requisitos para la apertura de establecimientos de comercio evitando que las autoridades territoriales exigieran otros requisitos no establecidos en la ley (Decreto 1879 de 2008).

Se redujeron los costos del trámite entre un 25% y un 30% (supresión del trámite ante notario, consulta gratuita del uso del suelo, reducción de COP 23.000 a COP 8.600 inscripción de los libros).

El ICONTEC, con el apoyo del MCIT, expidió:

1. La Norma Técnica 6001 certificable para la gestión de la calidad de Mipymes, la cual incluye requisitos certificables de formalización.
2. La Norma Técnica 5520-1 certificable para la calidad de servicio para el pequeño comercio, la cual incluye requisitos certificables de formalización.

Prepara una Guía Técnica para la formalización empresarial, Decreto 525 de 2009, da operatividad al beneficio consagrado en el Artículo 43 de la Ley 590 de 2000. De acuerdo con esta norma, las Mipymes constituidas e instaladas podrán acceder a un beneficio consistente en el pago gradual de los aportes parafiscales, de la siguiente forma:

1. 75% de descuento para el primer año de operación.
2. 50% para el segundo año de operación.
3. 25% para el tercer año de operación. De esta forma, solo al cuarto año de operación las Mipymes beneficiarias empiezan a pagar la tarifa completa de aportes parafiscales.

Decreto 525 de 2009, se busca mejorar la operatividad del artículo 43 de la Ley 590 de 2000, permitiendo a las Mipymes beneficiarias descontar automáticamente el pago de los aportes parafiscales en la PILA, de forma que ya no tendrán que adelantar trámites adicionales para la devolución de sus dineros.

En el MCIT para continuar promoviendo la iniciación formal de la actividad empresarial.

Se ha hecho seguimiento al Proyecto de Ley Contable, el cual fue aprobado en segundo debate en la plenaria de la Cámara de Representantes, el 11 de noviembre de 2008. A través de este proyecto se busca crear un régimen de transición de la informalidad a la formalidad.

Proyecto para la identificación de áreas de oportunidad relacionadas con requisitos y normatividad para la formalización de las empresas por actividad económica, piloto sobre el sector alimentos. Proyecto de Reglamentación de la Ley de Sociedades por Acciones Simplificadas. Proyecto para la identificación de

áreas de oportunidad en la normatividad aplicable al cierre voluntario de empresas.

Financiación

El objetivo de la política de emprendimiento, en materia de financiación, es generar las condiciones necesarias para promover una cultura de inversión, así como facilitar el acceso al financiamiento por parte de emprendedores y empresas de reciente creación.

Red Nacional y Redes Regionales

La Red Nacional y las Redes Regionales de Emprendimiento de acuerdo con lo señalado en el marco institucional y lo establecido en la Ley 1014 de 2006, tienen por objeto entre otros: Establecer políticas y directrices orientadas al fomento de la cultura para el emprendimiento. Formular un plan estratégico para el desarrollo integral de la cultura para el emprendimiento. Desarrollar acciones conjuntas que permitan aprovechar sinergias para impulsar emprendimientos empresariales

Cátedras y concursos

Ventures: Concurso Nacional de emprendedores y Premio Emprender paz .

Indicadores de emprendimiento

Indicadores que miden la actividad emprendedora y el ambiente de negocios Global Entrepreneurship Monitor (GEM); Doing Business; Scorecard LAVCA (Latin American Venture Capital Association).

Normatividad para el Sector Agropecuario

Ley 811 de 2003 (junio 26)

Por medio de la cual se modifica la Ley 101 de 1993, se crean las organizaciones de cadenas en el sector agropecuario, pesquero, forestal, acuícola, las Sociedades Agrarias de Transformación, SAT, y se dictan otras disposiciones.

El Congreso de Colombia decreta:

Artículo 1o. La Ley 101 de 1993 tendrá un capítulo nuevo y quedará así:

Capítulo XIV. De las organizaciones de cadena en el sector agropecuario, forestal, acuícola y pesquero.

Artículo 101. Creación de las organizaciones de cadena. Las organizaciones de cadena constituidas a nivel nacional, a nivel de una zona o región productora, por producto o grupos de productos, por voluntad de un acuerdo establecido y formalizado entre los empresarios, gremios y organizaciones más representativas tanto de la producción agrícola, pecuaria, forestal, acuícola, pesquera, como de la transformación, la comercialización, la distribución, y de los proveedores de servicios e insumos y con la participación del Gobierno Nacional y/o los gobiernos locales y regionales, serán inscritas como organizaciones de cadena por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural,

siempre y cuando hayan establecido entre los integrantes de la organización, acuerdos, como mínimo, en los siguientes aspectos:

1. Mejora de la productividad y competitividad.
2. Desarrollo del mercado de bienes y factores de la cadena.
3. Disminución de los costos de transacción entre los distintos agentes de la cadena.
4. Desarrollo de alianzas estratégicas de diferente tipo.
5. Mejora de la información entre los agentes de la cadena.
6. Vinculación de los pequeños productores y empresarios a la cadena.
7. Manejo de recursos naturales y medio ambiente.
8. Formación de recursos humanos.
9. Investigación y desarrollo tecnológico.

Parágrafo 1. Para efectos de la presente ley, se entiende por cadena el conjunto de actividades que se articulan técnica y económicamente desde el inicio de la producción y elaboración de un producto agropecuario hasta su comercialización final. Está conformada por todos los agentes que participan en la producción, transformación, comercialización y distribución de un producto agropecuario. Estos agentes participan en la producción, transformación, comercialización y distribución de materias primas, insumos básicos, maquinaria y equipos, productos intermedios o finales, en los servicios y en la distribución, comercialización y colocación del producto final al consumidor. La organización de cadena, es un espacio de diálogo y su misión surge de una libre decisión de sus integrantes de coordinarse o aliarse para mejorar su competitividad, después de un análisis del mercado y de su propia disposición para adecuarse a las necesidades de sus socios de cadena. Los integrantes de una organización de

cadena ponen a disposición de esta sus organizaciones y sus estrategias, que en lugar de confrontarse se coordinan con el fin de obtener un mejor desempeño económico a su vez colectivo e individual.

Parágrafo 2. Para los efectos de la presente ley, el conjunto de acuerdos adoptados por una organización de cadena a que hace referencia el presente artículo, se denomina Acuerdo de Competitividad.

Artículo 102. Inscripción de las organizaciones de cadena. No puede ser inscrita ante el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural más de una organización de cadena por producto o grupo de productos. Cuando una organización nacional es inscrita, las organizaciones de zona o región productora de la misma cadena serán comités de la organización nacional y tienen derecho a la representación en el seno de esta.

Parágrafo 1. Las organizaciones de cadenas inscritas se constituyen en cuerpos consultivos del Gobierno Nacional respecto a las orientaciones y medidas de política que les conciernen, así mismo serán órganos de concertación permanente entre los distintos eslabones de las cadenas y entre estos y el Gobierno.

Parágrafo 2. Solo serán inscritas las organizaciones de cadena cuya reglamentación prevea un mecanismo para solucionar los conflictos derivados de la aplicación de los acuerdos señalados en el artículo 101 de la presente ley.

Artículo 103. Competencia del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural. Las condiciones y requisitos para la inscripción y la cancelación de la inscripción de las organizaciones de cadena, serán fijadas por resolución del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural.

Artículo 104. Acuerdos en materia comercial. Los acuerdos en una organización de cadena, relativos a un producto o grupo de productos específicos, orientados a regular su comercio, deberán constar por escrito y someterse a los principios, derechos y obligaciones que rigen la contratación. Estos acuerdos se notificarán, antes de su entrada en vigencia, al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, al Ministerio de Hacienda y Crédito Público y a la Superintendencia de Industria y Comercio, entidades que verificarán las condiciones y términos pactados dentro del marco de sus competencias y conforme a lo dispuesto en la presente ley. Igualmente serán publicados en un periódico de amplia circulación nacional o regional, según el caso.

Parágrafo 1. Los acuerdos en materia comercial, concertados dentro de las organizaciones de cadena, serán verificados por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural y su cumplimiento será vigilado por la Superintendencia de Industria y Comercio.

Artículo 105. Aceptación de los acuerdos por los miembros de la cadena. La obligatoriedad de los acuerdos está subordinada a la adopción de sus disposiciones por parte de los miembros de la organización de la cadena, por decisión unánime. Los acuerdos que no involucren a todas las partes podrán ser adoptados siempre y cuando la parte no involucrada no se oponga de manera explícita a ello.

Artículo 106. Refrendación de los acuerdos de competitividad. Los acuerdos de competitividad refrendados por el Gobierno, se incorporarán a las políticas y presupuestos gubernamentales, con el fin de adelantar las acciones acordadas como compromiso del sector público. De la misma manera, el

Gobierno dará prioridad en el acceso a los incentivos establecidos a los miembros de las organizaciones de cadena inscritas.

Artículo 107. Financiación de la operación de las organizaciones de cadena. Las organizaciones de cadena quedan habilitadas para recibir aportes de sus miembros, destinados a sufragar los costos de su funcionamiento.

Parágrafo 1. Los fondos parafiscales, que posean activos aptos para desarrollar las actividades necesarias para la realización del Acuerdo de Competitividad, o hayan desarrollado estudios o desarrollen actividades que generen información específica para los propósitos del mismo, podrán destinarlos a los fines de la Organización de Cadena. Así mismo, se faculta el uso de recursos de los Fondos Parafiscales para contribuir a cubrir los gastos de funcionamiento de las organizaciones de cadena.

Artículo 108. Información suministrada por las organizaciones de cadena. Las organizaciones de cadena deberán suministrar al Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural un informe anual de sus actividades que deben incluir:

1. Informe de actividades y las actas de las reuniones.
2. Informe de ingresos y gastos.
3. Balance de realizaciones y de ejecución de los acuerdos. Deberán también suministrar a las autoridades administrativas competentes toda la información que estas soliciten por escrito para el cumplimiento de sus funciones de control. Las organizaciones de cadena podrán constituir o hacer parte de sociedades creadas para fines comerciales, de desarrollo tecnológico y otros.

Normatividad para el Sector Turístico

La Constitución política de 1991, consagra en sus principios, como fines esenciales del Estado: facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la nación, reconociendo y protegiendo la diversidad étnica y cultural de la nación colombiana.

Es obligación constitucional del Estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la nación, principio recogido en la Ley General de Cultura, Ley 397 de 1997 que en su artículo primero luego de la definición de cultura, enuncia los principios que sirven de base para definir cuál es el papel del Estado en relación con la misma.

De igual forma, la cultura se reconoce como fuerza articuladora de los modelos de propiedad colectiva de territorio que puede convertirse -a mediano plazo- en una estrategia de conservación de la biodiversidad y uso sostenible de los recursos en el marco del respeto de los principios de igualdad, identidad y autonomía cultural de las comunidades afrocolombianas e indígenas. En este sentido, las políticas culturales deben relacionar explícitamente la propiedad colectiva de los territorios, con el reconocimiento de los valores prácticos, información y conocimiento que estas comunidades tienen respeto a los procesos y recursos.

La Ley General de Cultura, de acuerdo con el mandato constitucional, estableció los roles de actuación del Estado frente a la cultura, a partir de la función social del patrimonio, su reconocimiento, aprovechamiento y protección, en coordinación con las entidades territoriales. De esta forma, establece como uno de sus principios, el estímulo a los proyectos y actividades culturales, la

valoración, protección y difusión del patrimonio cultural de la Nación, la infraestructura artística y cultural, la interacción con la cultura universal y la democratización en el acceso a los bienes y servicios de la cultura.

El Plan Nacional de Cultura 2001-2010, “Hacia una ciudadanía democrática cultural -Un plan colectivo desde y para un país plural”, “formula políticas que, desde un marco general, convocan a la participación de diferentes propuestas culturales con miras a la construcción colectiva de un proyecto de futuro plural y democrático”. Igualmente para garantizar la implementación de este Plan en el tiempo, el Documento CONPES 3162 de Mayo de 2002, establece “Los Lineamientos para la sostenibilidad del Plan Nacional de Cultura 2001 – 2010”, en donde una de las estrategias definidas es precisamente la alianza con el sector turístico para el desarrollo y la promoción del Turismo Cultural en el país.

La Ley General de Turismo, Ley 300 de 1996, reconoció al turismo, como actividad prioritaria para el desarrollo económico del país y estableció los objetivos de política hacia su competitividad y sostenibilidad, dada la potencialidad que este sector tiene para el país. Para tal fin se crearon los instrumentos de ordenación, disciplina del mercado y promoción para que Colombia se posicione en los mercados turísticos internacionales. Así mismo, la ley reconoce la importancia de los valores culturales para el turismo y propone herramientas para su gestión tales como la declaratoria por parte de los Concejos Municipales de recursos turísticos según su interés cultural y la asociación a través de círculos metropolitanos turísticos de municipios de interés cultural y turístico.

De igual manera, la Ley 300 de 1996 identificó modalidades de turismo relacionadas con el aprovechamiento del patrimonio cultural tales como el etnoturismo, el turismo metropolitano y el ecoturismo, las cuales son prioritarias para su fomento debiendo ser promovidas mediante programas y herramientas de coordinación institucional y transectorial.

De acuerdo con lo estipulado por el Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010, “Estado Comunitario: Desarrollo para todos”, las políticas dirigidas al turismo estarán centradas en los lineamientos del plan sectorial, se buscará consolidar una oferta competitiva de la industria turística y convertirla en motor de desarrollo regional.

Conforme a estas orientaciones, el Plan Sectorial de Turismo 2006 -2010 “Colombia: Destino del clase mundial”, como parte integral del Plan Nacional de Desarrollo, contempla como parte de sus estrategias la definición de políticas para los productos especializados como es el caso del turismo cultural.

En este sentido, la reciente reforma de la Ley General de Turismo, establecida por la Ley 1101 de 2006, que estableció nuevos recursos para la promoción y desarrollo contempló en su artículo 17, una destinación especial de recursos del Banco de Proyectos Turísticos, para proyectos de promoción y mercadeo turístico relacionados con los sitios declarados por la UNESCO como “Patrimonio Mundial de la Humanidad”. Así mismo, la ley establece que la Política de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo debe incluir y dar prioridad a dichos proyectos.

MARCO METODOLÓGICO

Emprendimiento

El Espíritu Emprendedor o capacidad de un individuo para crear proyectos vitales que agreguen calidad de vida propia y para su comunidad, el cual puede devenir o no en la generación de una empresa, está determinado por cuatro factores que en orden de importancia son:

Cognitivo: El cúmulo de conocimientos adquiridos y sobretodo la disposición positiva frente al aprendizaje son determinantes en el que el estudiante, sea emprendedor.

Conductual: El conjunto de características personales y de competencias que desarrolla el individuo para desenvolverse en su entorno constituye un factor determinante en el estudiante para el desarrollo de la capacidad emprendedora.

Relacional: La capacidad de un individuo de relacionarse con otros individuos para el logro de objetivos (asociactividad).

Cultural: Antecedentes familiares de empresariedad.

Las instituciones educativas tienen un déficit de profesores preparados en temas relacionados con el emprendimiento, comenzando porque desconocen el término mismo.

A continuación se ampliarán de manera sencilla los temas de el Emprendimiento como un juego dirigido a primaria y docentes; Emprendimiento

como proyecto de vida dirigido a grados 6 a 9 y docentes y Emprendimiento en el desarrollo de una idea innovadora dirigido a grados 10, 11 y docentes.

El Emprendimiento como un juego

Identificación de la guía de aprendizaje – Ficha Técnica 01
Modulo de formación: El emprendimiento como un juego. Básica primaria
Unidad de aprendizaje: Ver el emprendimiento desde la perspectiva de la lúdica
Resultados de aprendizaje: saber – saber A través de la creatividad fomentar en el alumno la generación de ideas ya sea en la creación de un producto nuevo o en el mejoramiento de otro
Actividades de Enseñanza – Aprendizaje – Evaluación: Identificar una serie de herramientas formativas de emprendimiento fomentando la creatividad
2. Introducción
La creatividad es el proceso de presentar un problema a la mente con claridad (ya sea imaginándolo, visualizándolo, suponiéndolo, meditando, contemplando, etc.) y luego originar o inventar una idea, concepto, noción o esquema según líneas nuevas o no convencionales. Supone estudio y reflexión más que acción.

Identificación de la guía de aprendizaje – Ficha Técnica 01		
Creatividad es la capacidad de ver nuevas posibilidades y hacer algo al respecto. Cuando una persona va más allá del análisis de un problema e intenta poner en práctica una solución se produce un cambio. Esto se llama creatividad: ver un problema, tener una idea, hacer algo sobre ella, tener resultados positivos.		
3. Planteamiento de las actividades y estrategias de aprendizaje		
1. Se hacen ejercicios creativos en los que los alumnos crean un producto o proponen innovación en uno existente, se conforman departamentos dentro del aula de clase y se le elabora un sencillo plan de mercadeo al producto diseñado, para establecer objetivos, metas y estrategias.		
2. Se entregan herramientas a los estudiantes para incentivar la creatividad.		
4. Evaluación		
Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas de instrumentos de evaluación
Evidencias de conocimiento		
Creación de productos, construcción de ideas de negocio.	Implementación de conceptos.	1. Formulación de preguntas 2. Solución de problemas. 3. Implementación de técnicas

Identificación de la guía de aprendizaje – Ficha Técnica 01		
Evidencias de desempeño		
Productos e ideas de negocio.	Creatividad	1. Cuestionarios 2. Dinámicas 3. Pruebas escritas
5. Ambientes de aprendizaje, medios y recursos didácticos		
Aula – Taller – Auditorio, Entorno personal. Tablero, marcadores, video – beam, billetes didácticos que se convierten en remuneración por las actividades realizadas dentro de la empresa.		
6. Glosario		
Emprendimiento, creatividad, empresa, producto, proceso productivo		

En la Ciudad Tecnológica de Valnalón, creada en 1987 en el Principado de Asturias en España, es usual ver a un empresario de ocho años correteando por las calles para ir a vender sus productos. Desde hace dos décadas esta sociedad de gestión viene trabajando en la educación para el emprendimiento, fomentando la cultura emprendedora desde la escuela primaria.

El tema del emprendimiento en las escuelas primarias debe verse como una actividad lúdica, creativa y real que permita promover conductas y actitudes de colaboración, coordinación, superación de conflictos y responsabilidad entre los alumnos.

En esta etapa se proveerá al alumno de herramientas lúdicas para que genere proyectos de aprendizaje por medio de la creatividad, además se introducirán términos que ampliarán su léxico y les darán una mejor comprensión de los procesos de emprendimiento, ya medida que aumenta el grado de escolaridad con este también aumenta el grado de dificultad en la presentación de los temas.

Emprendimiento como proyecto de vida

Presentar el emprendimiento como proyecto de vida tiene como objeto de estudio la generación, selección y formulación de ideas empresariales apalancadas en las oportunidades de negocio existentes en el entorno y que estén en relación con el objeto de formación que quiera tener cada estudiante; respondiendo a unas competencias y valores emprendedores y que respondan al propósito misional de formar para la vida y el trabajo.

Identificación de la guía de aprendizaje – Ficha Técnica 02
Modulo de formación: Emprendimiento como proyecto de vida. Grados 6 a 9 de secundaria.
Unidad de aprendizaje: Evaluación del proyecto de vida personal como un plan de emprendimiento.
Resultados de aprendizaje: saber – saber
Identificar en el proyecto de vida objetivos, sueños, metas y estrategias para la realización del mismo.

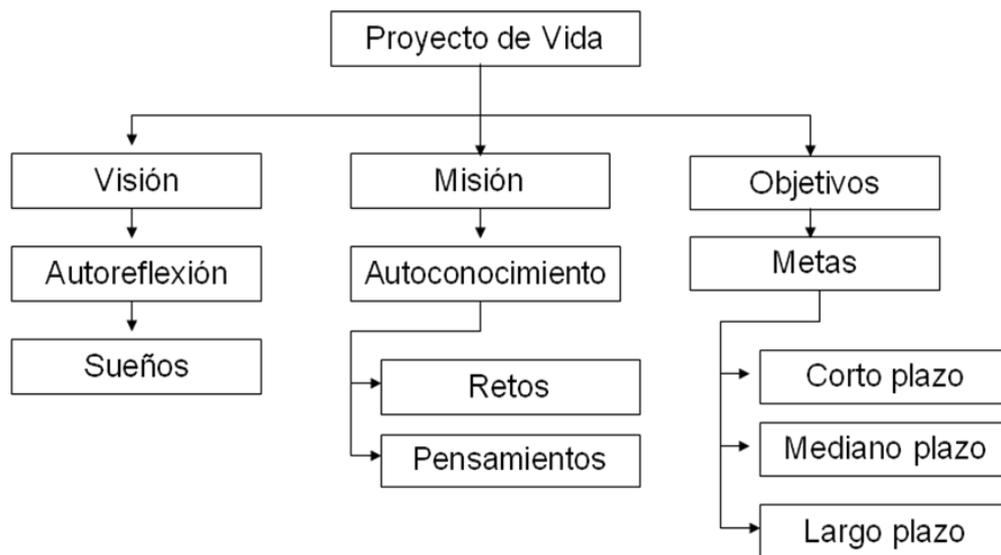
Identificación de la guía de aprendizaje – Ficha Técnica 02
Actividades de Enseñanza – Aprendizaje – Evaluación:
Identificar metas a corto y largo plazo y planes de acción para contrarrestar los inconvenientes que se puedan encontrar.
2. Introducción
La cultura del emprendimiento es una manera de pensar y actuar, orientada hacia la creación de riqueza, a través del aprovechamiento de oportunidades, del desarrollo de una visión global y de un liderazgo equilibrado, de la gestión de un riesgo calculado, cuyo resultado es la creación de valor que beneficia a los emprendedores, la empresa, la economía y la sociedad.
¿Por qué tener un proyecto de vida?
<ol style="list-style-type: none"> 1. Proporciona seguridad en lo que quiere alcanzar en la vida 2. Establece metas específicas 3. Proporciona medios para la consecución de las metas 4. Prepara acciones correctivas
3. Planteamiento de las actividades y estrategias de aprendizaje
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se llenarán formatos que permitirán al estudiante descubrirse a sí mismos. 2. Se harán ejercicios creativos en los que los estudiantes muestren de manera creativa su proyecto de vida.

Identificación de la guía de aprendizaje – Ficha Técnica 02		
4. Evaluación		
Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas de instrumentos de evaluación
Evidencias de conocimiento		
Determinación de metas personales para el mediano plazo del año que están cursando y de largo plazo para después que terminen la educación media	Identificar los componentes del proyecto de vida y la contabilidad básica	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formulación de metas 2. Solución de problemas 3. Valoración de sus metas 4. Pruebas escritas 5. Exposiciones
Evidencias de desempeño		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Realización de su proyecto de vida 2. Realización de ejercicios contables 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diferencia los objetivos, metas y estrategias 2. Conocimiento de la partida doble 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuestionarios 2. Dinámicas 3. Evaluaciones
5. Ambientes de aprendizaje, medios y recursos didácticos		
Aula – Taller – Auditorio, Entorno personal, Entorno familiar, Entorno social. Tablero, marcadores, video – beam.		
6. Glosario		
Proyecto de vida, partida doble, activos, pasivos		

¿Qué es proyecto de vida?

Del latín *proiectus*, el concepto de proyecto nombra al conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas que buscan cumplir con un objetivo específico. En este sentido, podría decirse que un proyecto de vida es la dirección que una persona marca para su propia existencia. Un proyecto de vida supone la elección de ciertas direcciones y la exclusión de otras.

Figura 1 Mapa conceptual “Proyecto de Vida”



Para triunfar con el proyecto de vida se debe tener autodeterminación para alcanzar objetivos. ¿Cómo se logra ésta?

La Autodeterminación para alcanzar objetivos se logra: creyendo en sí mismo, sintiéndose un ser valioso, visualizando metas, pensando en las limitaciones, sosteniendo ideales.

El proyecto de vida tiene inmersos sueños, retos y metas.

Sueños: son el motor de la vida; se debe soñar con lo que se desea pero aceptar realidad, es ahí donde se puede entender qué mejorar, qué cambiar y qué

afirmar. Soñar: es animarse a hacer cosas nuevas; quien es creativo, es completamente independiente, dinámico, competente, inteligente, seguro de sí mismo y no le teme a los riesgos. El espíritu creativo va en dirección opuesta al aburrimiento y el negativismo.

Retos: se define como una provocación o citación al desafío; o también como, objetivo o empeño difícil de llevar a cabo y que constituye por ello un estímulo y un desafío para quien lo afronta.

Los retos se afrontan en diferentes ámbitos:

Los retos en el ámbito familiar: En este ámbito se imponen los primeros retos y desde allí se empieza a perfilar como personas comprometidas y responsables. Dependiendo del grado con el que se asuma se destacarán y se ganarán el aprecio y reconocimiento, apropiándose de un rol familiar.

Los retos en el ámbito Profesional: En el ámbito Profesional, los retos son grandes y conducen a que el esfuerzo y desempeño proporcionen calidad de vida.

Retos Empresariales.

Metas: es el fin u objetivo de una acción o plan. La clasificación por los tiempos de las metas conduce a fijarse metas de corto y largo plazo. La clasificación por áreas indica que se deben fijar metas de tipo: físico, intelectual, espiritual, familiar, económico y social.

Después de estudiar lo que es y encierra el Proyecto de Vida, se procede a hacer una autoevaluación y a la fijación de misión y visión personales.

En esta etapa de básica secundaria de sexto (6°) a octavo (8°) grado los alumnos deben empezar a definir sus preferencias y en el grado noveno (9°) se

proveerán temáticas de contabilidad básica donde el alumno tendrá herramientas para la fase siguiente de Plan de Negocios en la parte de contabilidad, además que es una de las falencias más grandes que reporta el secretario de educación de Ciudad Bolívar.

Las temáticas a tratar serán:

Contabilidad básica

Definición de contabilidad: alcance y objetivo principal

La Contabilidad es el Sistema de Información, que permite identificar, medir y resumir y por último comunicar los resultados de las transacciones (intercambios) económicas de una unidad empresarial a todos los interesados en sus resultados.

Llamado el “Lenguaje de los negocios” o “la historia de los negocios”, la contabilidad es el compendio de principios, normas y procedimientos generalmente aceptados por las comunidades para llevar el registro histórico de cada uno de sus eventos económicos (transacciones) y medir sus resultados.

El alcance de la contabilidad supera el proceso repetitivo y rutinario del registro, resumen y clasificación de los hechos económicos que se conocen como Teneduría de Libros, para ayudar a los dueños y directivos de la empresa a tomar buenas decisiones ya que proporciona el conocimiento del estado real de la empresa en cualquier momento y de las implicaciones que en los resultados financieros puedan tener las decisiones sobre el uso de los recursos.

También puede definirse como: el proceso mediante el cual se identifica, mide, registra y comunica la información económica de una organización o

empresa, con el fin de que los gestores puedan evaluar la situación de la entidad.

El sistema de Información Contable en una empresa existe tanto porque se requiere obligatoriamente ya que el estado lo exige, además es requerido por sus Administradores y dueños, proveer información para el control de las operaciones de la empresa, proveer información que permita la Planeación de las operaciones o de su objeto social (Prestar servicios, vender, producir) y Tomar decisiones para alcanzar los objetivos propuestos por la empresa.

Se requiere para conocer y demostrar los recursos de que dispone la empresa, la evolución o cambio experimentado en un período de tiempo así como conocer las obligaciones originadas en las transacciones económicas.

Características de la información contable.

Veraz y precisa: Debe estar libre de errores y sesgos, siendo una imagen fiel de la transacción que la origina y debe ser verificable pues personas distintas partiendo de la misma información deberán llegar a idénticas conclusiones aplicando los mismos métodos y criterios.

Debe ajustarse a la realidad de las transacciones económicas

Oportuna: Debe estar disponible para el uso de los usuarios en el momento en que ellos tomen decisiones, controlen o planeen sobre la base de ella

Comprensible: Debe ser clara y fácil de entender por los usuarios internos y externos

Relevante: Cuando la información es útil, pertinente la toma de decisiones pues posee valor de predicción.

Confiable: Debe ser neutral y verificable presentando fielmente los hechos económicos.

Comparable: Los métodos y procedimientos sobre los cuales se prepara la información deben ser uniformes para que los resultados puedan compararse entre períodos contables.

Sistema de partida doble o de doble entrada

El sistema de partida doble dice así:” En el registro de una transacción económica, se utilizan mínimo dos (2) cuentas, una con un débito y otra con un crédito de igual magnitud”. O también puede enunciarse diciendo que “Si Al registrar una transacción financiera se utilizan varias cuentas, el total de créditos de estas debe ser igual al total de débitos”

Cuenta:

Es el formato en el que se registran los aumentos y disminuciones de los Activos, pasivos, patrimonio, ingresos y gastos y otras cuentas empleadas en el registro de las transacciones económicas.

Elementos de una cuenta:

Nombre de la Cuenta	
Débito	Crédito
Cargo o debe	Abono O haber
Saldo débito	Saldo crédito

Por su forma, este esquema se conoce como la cuenta "T"

Debito: Es un registro realizado en el lado izquierdo de una cuenta

Crédito: Es un registro realizado en el lado derecho de una cuenta

Saldo: Es el resultado aritmético de restar débitos y créditos.

Si débitos > créditos = Saldo débito, si Créditos > débitos = Saldo crédito.

Transacción: Es toda operación de carácter monetario que da lugar a cambios en los Estados Financieros de la empresa. Las transacciones pueden ser simples si en su registro se afectan solo dos cuentas de la empresa o complejas o compuestas, si en su registro se afectan más de dos cuentas.

En el registro de las transacciones debe cumplirse el principio de partida doble: La suma total de créditos de las cuentas, debe ser igual a suma total de débitos de las cuentas empleadas en el registro.

Activo: Se llama a todo lo que la empresa posea ya sean tangibles o intangibles, en dinero o en especie, que se utilice en el objeto social de la empresa.

Pasivo: Se refiere a todos los compromisos o las deudas que la empresa tiene con acreedores Externos quienes no son dueños de la empresa.

Algunos de los nombres de estos pasivos son: Obligaciones financieras, Intereses, arrendamientos, salarios, Hipotecas, Proveedores Nacionales e Internacionales, etc.

Patrimonio: Es a la parte de la empresa que es propiedad de los dueños, o también puede decirse que es el pasivo o los compromisos que la empresa tiene con sus dueños, que son sus acreedores internos.

Ecuación contable: El Total del ACTIVO de una empresa es igual a la suma del PASIVO + EL PATRIMONIO. (1)

Figura 2 La ecuación contable

<p>Activo</p> <p>Todo lo que posee una Empresa, tiene valor y es de su propiedad, y le sirve para funcionar. Es un derecho.</p>	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="794 508 1216 748"> <p>Pasivo</p> <p>Lo que la empresa debe a sus acreedores externos. Es una obligación</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="794 748 1216 1014"> <p>Patrimonio</p> <p>Lo que la empresa debe a sus acreedores internos</p> <p>Es una obligación</p> </td> </tr> </table>	<p>Pasivo</p> <p>Lo que la empresa debe a sus acreedores externos. Es una obligación</p>	<p>Patrimonio</p> <p>Lo que la empresa debe a sus acreedores internos</p> <p>Es una obligación</p>
<p>Pasivo</p> <p>Lo que la empresa debe a sus acreedores externos. Es una obligación</p>			
<p>Patrimonio</p> <p>Lo que la empresa debe a sus acreedores internos</p> <p>Es una obligación</p>			

Emprendimiento como idea de negocio

Para comenzar a generar ideas de negocio se debe partir de la diferenciación entre las necesidades y los deseos, para luego introducir el concepto de innovación y su importancia para el desarrollo de un negocio o una economía.

<p>Identificación de la guía de aprendizaje – Ficha Técnica 03</p>
<p>Modulo de formación: Emprendimiento como Idea de Negocio. Dirigido a grados 10 y 11</p>
<p>Unidad de aprendizaje: Creación de un Plan de Negocios</p>

Identificación de la guía de aprendizaje – Ficha Técnica 03
<p>Resultados de aprendizaje: saber – saber</p> <p>Identificación de necesidades y deseos del mercado, e introducción de la innovación.</p>
<p>Actividades de Enseñanza – Aprendizaje – Evaluación:</p> <p>Identificación del Plan de Negocio como una idea de emprendimiento.</p>
<p>2. Introducción</p>
<p>Para comenzar a generar ideas de negocio se debe partir de la diferenciación entre las necesidades y los deseos, para luego introducir el concepto de innovación y su importancia para el desarrollo de un negocio o una economía.</p> <p>¿Por qué se debe preparar un plan de negocios?</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fija la planeación del negocio 2. Establece metas y límites 3. Es una guía para la consecución de las estrategias a seguir <p>Seis pasos para desarrollar un plan de negocios</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Resumen ejecutivo 2. Análisis de mercado 3. Descripción del negocio 4. Estrategia comercial y plan de marketing 5. Organización y recursos 6. Análisis económico y financiero
<p>3. Planteamiento de las actividades y estrategias de aprendizaje</p> <p>Se realizará un plan de negocios para una empresa ya existente o una creada por los estudiantes.</p>

Identificación de la guía de aprendizaje – Ficha Técnica 03		
4. Evaluación		
Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas de instrumentos de evaluación
Evidencias de conocimiento		
Identificación de los pasos clave en la realización de un plan de negocios	Analiza y explica los seis pasos que componen un plan de negocios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Formulación de preguntas 2. Simulación de situaciones 3. Solución de problemas
Evidencias de desempeño		
Implementación del Plan de Negocios	Diferencia los objetivos, metas y estrategias del plan de negocio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cuestionarios 2. Dinámicas 3. Evaluaciones escritas 4. Exposiciones
5. Ambientes de aprendizaje, medios y recursos didácticos		
Aula – Taller – Auditorio, Entorno personal, Entorno laboral. Tablero, marcadores, video – beam.		
6. Glosario		
Plan de negocio		

¿Qué es necesidad?

Una necesidad se puede definir como la carencia de un servicio o un producto en general. Pueden ser: La necesidad de vestirse, de alimentarse o de transportarse, por citar algunos ejemplos.

Los seres humanos tienen siempre necesidades que satisfacer, las cuales, según Abraham Maslow, se encuentran jerarquizadas de forma tal, que en la medida en que se satisfacen las necesidades de los niveles inferiores se comienzan a sentir las necesidades del siguiente nivel:

Figura 3 Pirámide de las necesidades humanas. A .Maslow.



¿Qué es deseo?

Estas necesidades de los seres humanos se materializan en deseos, los cuales pueden ser diferentes para una misma necesidad. Si a este deseo se le agrega capacidad adquisitiva de compra, se convierte en demanda, generando así una posible idea innovadora de negocio.

Por ejemplo, los alimentos orgánicos, Los alimentos en general cubren la necesidad básica es alimentarse, pero el deseo de los clientes es hacerlo saludablemente. Empresas de este sector han investigado la forma de lograr

innovadores productos que satisfagan los nuevos deseos de los clientes en cuanto a la calidad de su alimentación.

¿Qué es innovación?

Nuevas ideas cuyo desarrollo y aplicación se hace con el propósito de conseguir resultados deseados por parte de personas que realizan transacciones con otra parte en medio de contextos cambiantes institucionales y organizacionales. La innovación se encuentra ligada directamente a las necesidades y por ende a los deseos, ya que estos se ven satisfechos de diferentes maneras para cada individuo, lo que genera la demanda.

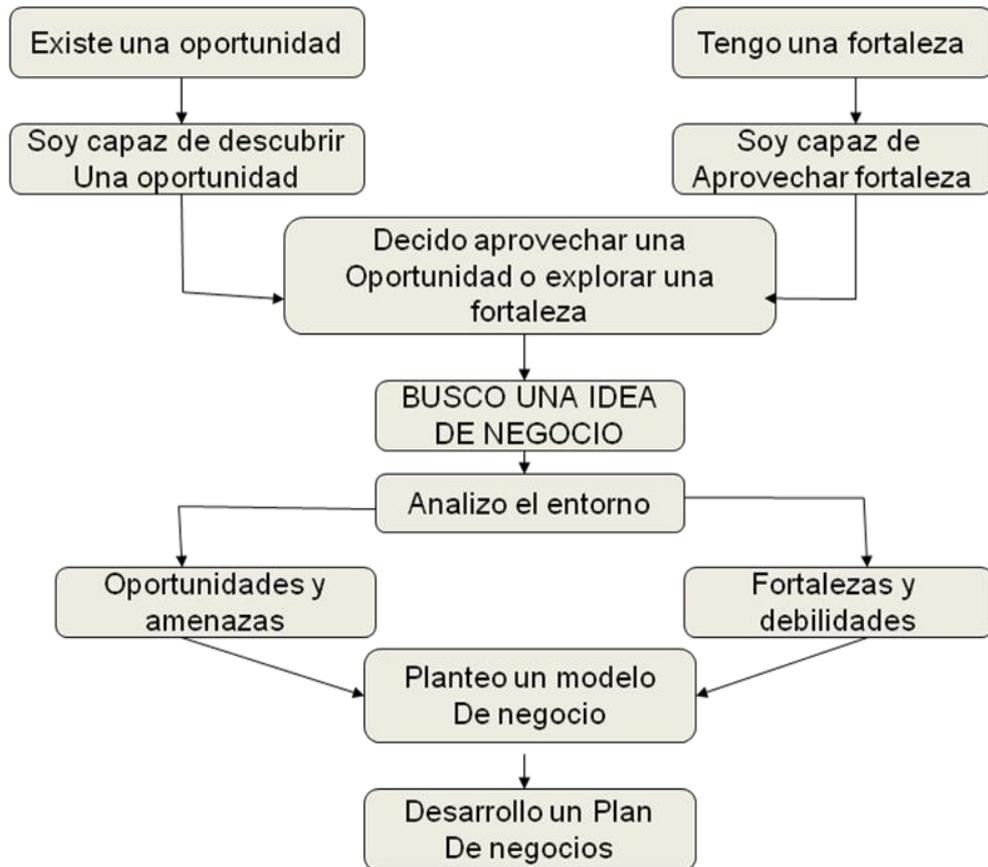
¿Por qué innovar?

“La innovación es una invención que tiene mercado”¹⁶, por lo tanto, la innovación se convierte en la base de la competitividad, que a través de la creatividad permite generar y concretar ideas de negocio. Para facilitar la generación de estas ideas se puede recurrir a diversas fuentes, tales como: Empleados, Proveedores y Clientes de determinada empresa o determinado sector.

¿Cómo evaluar una idea de negocio?

Las ideas de negocio se deben evaluar o “colar” a través de unos criterios que permitan identificar objetivamente los puntos fuertes y débiles de una idea comparada con otras, para seleccionar la más sobresaliente.

Figura 4 Proceso emprendedor



La idea de negocio es por lo tanto un breve boceto de lo que será el negocio (por lo general, no tiene más de 2 páginas de extensión).

A continuación un boceto de ocho puntos principales que deben incluir información que conteste las dudas más elementales al evaluar un negocio:

¹⁶ Schumpeter.

Tabla 5 Evaluación del negocio

1. Concepto de negocio	¿En términos muy claros y resumidos, qué hace su negocio? ¿Qué productos y/o servicios va a ofrecer?
2. Propuesta de valor	¿Cuál es el aporte que su servicio - producto le brinda al cliente? ¿Cuál es el factor innovador de su emprendimiento?
3. Modelo de negocio	¿Qué pasos sigue su negocio desde la elaboración o consecución de un producto o servicio hasta su entrega final al cliente?
4. Ventajas competitivas	¿Qué ventajas tiene sobre otros negocios similares? ¿Qué habilidades tiene que aseguren su éxito y triunfo en el mercado? ¿Qué lo protege de que lo imiten? ¿Cuáles son sus principales competidores?
5. Fuentes de ingresos	¿Cómo crea valor su negocio? ¿Cómo va usted a generar utilidades con la operación de su negocio?
	¿Cuáles son sus diferentes fuentes de ingresos? (desglose las principales).
	¿Cuánto dinero cree que puede generar su negocio en 3 - 5 años?
6. Clientes y mercado	¿Cuál es su mercado objetivo? ¿Qué potencial tiene este mercado (por ejemplo, ¿cuánto dinero se vende en este mercado al año?)?
	¿Cuáles son sus clientes objetivos? ¿Cuántos hay?
	¿A través de que canales va a vender su producto/servicio?

7. Financiación	¿Cuánto dinero necesita para que su idea se haga realidad? ¿Cuánto de capital de riesgo? ¿Cuánto en préstamos u otros?
8. Expertos del equipo	Nivel de formación, conocimientos del negocio, expertos en funciones específicas

A continuación se plantea el número de horas requeridas para las capacitaciones y el valor total de cada capacitación:

Tabla 6 Valor capacitaciones en Emprendimiento

Capacitación	Horas requeridas	Valor capacitación SENA	Viáticos
Emprendimiento como un juego	20	0	\$ 200.000
Emprendimiento como proyecto de vida	20	0	\$ 200.000
Emprendimiento como idea de negocio	20	0	\$ 200.000

Sector Agropecuario

Se propone implementar dos alternativas como complemento para la economía del municipio y a la vez fortalecen el desarrollo del mismo; las estrategias a proponer son: Venta de la madera de café y Fortalecimiento de la Piscicultura.

Venta de Madera de Café

El cultivo de café requiere de renovaciones periódicas de los árboles para así contrarrestar su deterioro físico y garantizar una producción sostenible a largo plazo.

Entre las prácticas de rejuvenecimiento se conocen dos tipos: la renovación por siembra y la renovación por zoca. Así, para un cafetal extremadamente viejo, con problemas sanitarios o mal trazado se recomienda un replante parcial o total. En cambio, para un cafetal bien trazado, con calles definidas, buena densidad de siembra y plantas con un buen sistema radicular vale la pena realizar la renovación por zoca.

El objetivo fundamental de la zoca es mantener el promedio de producción en nivel alto y rentable. Se busca que las plantas renueven parte de su estructura y generen una nueva planta vigorosa.

No existe regla fija que determine el tiempo o la edad exacta para realizar la zoca o la poda de renovación. Es el mismo estado de deterioro de la planta que define el uso de esta práctica, en términos generales, una plantación de café a libre crecimiento llega más pronto a la edad de renovación a partir del séptimo año.

Procedimiento de la Zoca

Según Fischerworrning y Robkamp (2001) La primera operación de soqueo es el desrame del cafeto, o sea, el corte de todas las ramas primarias. El desrame debe hacerse sin causar heridas ni desgarramiento de la corteza del tronco en los primeros 40 cm a partir del suelo.

Las ramas y la hojarasca se dejan esparcidas en el suelo alrededor de los cafetos o se disponen en fajas a través de los surcos, dejando libres los tocones en las hileras para que más tarde, al emerger los chupones, no se deterioren por las chamizas resultantes de las ramas.

La zoca de café se realiza, cortando el tronco a una altura de 30 cm sobre el suelo con el fin de estimular el nacimiento de nuevos tallos o chupones.

El sistema de soqueo puede ser uniforme, es decir, zocas continuas hasta completar el área deseada o en forma alterna de surcos. El área de renovación de café, sea por resiembra o por zoca, no debe comprometer más del 30% del total del área sembrada en café. Para garantizar una producción sostenible tiene que haber una buena planificación que considere el rejuvenecimiento continuo del cafetal.

La intervención anual del número de árboles determinado en la operación de zoca genera plantas con madera de diferentes edades. La manera como estas plantas se distribuyen en la finca puede ser por planta, surcos o lotes.

Las plantas con madera de diferentes edades están diseminadas irregularmente en las fincas. Anualmente se observa el estado de cada planta y se procede a darle el tratamiento de zoca adecuado.

En Colombia cada año se pierde el 20% de las hectáreas soqueadas y la mayoría son destinadas a podrirse o quemarse, generando un alto impacto ambiental. Se dejan de aprovechar 10 millones de metros cúbicos de madera de café. Según experimentos han mostraron que la madera tiene un gran potencial por su apariencia física, su resistencia y puede remplazar a madera de

origen tropical salvando la tala de 150 mil hectáreas de bosques cada año, solo en Colombia.¹⁷

Esta madera puede ser utilizada para producir muebles, puertas, clósets, gabinetes de cocina y vigas.

Para iniciar este proyecto se necesita contactar a los caficultores que quieran soquear y vender la madera, para poder capacitarlos en cuanto a los requerimientos específicos que debe tener la madera. Esta capacitación no tiene ningún costo, ya que el Grupo Monarca esta en disposición de realizar el acompañamiento y asesoría debida a los caficultores interesados en el proyecto, Cuando el grupo Monarca recibe la información del campesino que desee soquear, acude a la finca y realiza un estudio para saber cuántos palos pueden quedar y así definir lo que se debe pagar.

Los requisitos de la madera son los siguientes:

El tramo de café no puede estar torcido y debe tener un largo de 52 cm y un diámetro igual o mayor a 5 cm. Se paga de \$250 a 300 pesos por cada tramo que cumpla con estas especificaciones.¹⁸

Elementos necesarios para llevar a cabo una eficiente zoca de café:
Calibrador, cinta métrica, pintura, brocha, machete o motosierra y cabuya.

El caficultor puede escoger si entrega el producto sobre la vía de acceso a la vereda o en la planta directamente.

¹⁷ http://www.buenanota.org/web2/index.php?option=com_content&view=article&id=722:madera-de-cafe-una-innovacion-&catid=37:medio-ambiente&Itemid=57

¹⁸ <http://rse.larepublica.com.co/archivos/AGRONEGOCIOS>

Este proyecto genera muchos empleos y ayuda a mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio. (Ver Ficha Técnica 01)

Piscicultura

La Acuicultura es el cultivo controlado de animales y plantas acuáticas hasta su cosecha, proceso, comercialización y consumo final.

Estas técnicas se han venido desarrollando en Colombia con relativo éxito durante las tres últimas décadas con el propósito de mejorar la dieta de los campesinos y mercadear los excedentes. Con la Piscicultura se pueden emplear eficientemente aquellos sitios que no son aptos para la agricultura, se permite hacer un buen aprovechamiento del agua y la tierra que posee en la finca, además es una buena forma de solucionar los problemas de alimentación y generación de empleo.¹⁹

La trucha es un nombre popular con el cual se denomina a varias especies que están relacionadas con la familia del salmón. Además de ser objetivo de pescadores deportistas, estos peces son considerados un manjar, y justamente por esta razón, la mayoría de los criaderos de trucha que existen en la actualidad se dedican principalmente a la producción de estos peces con fines comerciales para los restaurantes y establecimientos de pescadería, además se utilizan para centros turísticos donde se enseña las diferentes etapas de vida de la trucha.

Entre todas las especies que existen actualmente los criaderos de truchas se enfocan en la Trucha Arco iris ya que es muy peculiar por la coloración que posee haciéndose a su vez más atractiva para los turistas, la Mojarra roja o plateada y la Cachama blanca y negra son peces que ofrecen ventajas para el

¹⁹ <http://www.angelfire.com>

cultivo ya que además de rústicos y resistentes al transporte y manejo, soportan condiciones externas de calidad de agua, crecen rápido y toleran altas densidades de siembra y permiten la práctica del policultivo. Además se adaptan muy bien a las raciones alimenticias artificiales convirtiendo muy eficazmente el alimento en carne.

Con la Piscicultura se pueden emplear eficientemente aquellos sitios que no son aptos para la agricultura, se permite hacer un buen aprovechamiento del agua y la tierra que posee en la finca, además es una buena forma de solucionar los problemas de alimentación y generación de empleo.

En general, la cachama es el tipo de pez más recomendable para las comunidades rurales, aunque la mojarra y la trucha arco iris son bastantes promisorias, ya que existe gran demanda por su presentación, color de carne y tamaño del filete.

A continuación se presenta una breve descripción de cada una de las especies que se pueden utilizar en la estrategia de piscicultura, dando un énfasis en el cultivo de la trucha, debido a que la estrategia busca la reactivación de este mismo en la vereda el Empuje y la Mina, corregimiento Farallones. (Ver Ficha Técnica 02)

Cachama blanca

La cachama es una especie ampliamente distribuida en América del Sur desde el Orinoco hasta el río de la Plata. En Colombia se encuentra localizadas en las cuencas de los ríos Orinoco y Amazonas, existen dos especies de cachama (la negra y la blanca).

La cachama blanca posee gran cantidad de escamas pequeñas, color gris claro en la parte dorsal y blanco en la ventral, con ligeras coloraciones rojizas en la parte antero ventral y en las aletas pectorales, pélvicas y anal. Cuerpo pequeño y cabeza profunda con relación a este. En el medio natural se alimenta de semillas, frutas y forraje, por lo que se dice que es omnívora. Son reofílicos, desovan durante las migraciones ocurridas en la época de invierno.

El desove es total y se presenta antes de que las aguas alcancen el máximo nivel. Su madurez sexual se alcanza a los 3-4 años de edad cuando los ejemplares alcanzan un peso promedio entre los 4-5 kilogramos. Las hembras pueden colocar en promedio 150.000 huevos por kilogramo de peso vivo. Tienen gran potencial para piscicultura debido a su rusticidad, amplios hábitos alimenticios, rápido crecimiento, convivencia con otras especies y porque no se reproduce en los estanques evitando problemas en cuanto al manejo se refiere.

Acepta bien el concentrado comercial, aunque también puede dársele en cultivo semillas de palma, bore, papaya, guayaba, banano, maíz, hojas de yuca, etc. como dieta suplementaria. Esto quiere decir que se le puede dar en la mañana concentrado y ofrecerle en la tarde cualquiera de las alternativas alimenticias arriba mencionadas. Su carne es de buena calidad y gran aceptación en el mercado. Se puede sembrar a una densidad máxima de 4 peces/m², cuando se tiene entrada constante de agua para obtener al final de 6 meses animales de 500 gramos.

Parámetros físico-químicos de agua para el cultivo de la cachama

1. Temperatura óptima: 24-29 °C. Puede tolerar temporalmente temperaturas menores a 22 °C o mayores a 34°C. Sin embargo si permanecen mucho

tiempo en bajo estas condiciones los peces se estresan, reducen el consumo de alimento, se tornan susceptibles a enfermedades y mueren en poco tiempo.

2. pH: 6.5 - 8.5. Optimo pH es de 7.0 para que haya buena producción.
3. Oxígeno disuelto: mayor de 4 ppm en el agua para el normal desarrollo del cultivo. Resisten concentraciones menores a 2 ppm pero se afectan mucho los peces (disminuyen el consumo de alimento y se hacen más susceptibles a enfermedades).
4. Alcalinidad: mayor de 20, ideal 60 mg/litro equivalentes a Carbonato de Calcio, importantes en la regulación del pH, producción de fitoplancton, producción de oxígeno y turbidez adecuada para el cultivo.
5. Dureza: mayor de 20 mg/litro.
6. Compuestos nitrogenados (nitritos, nitratos y amonio). Valores de 0.1 mg/lit para nitritos y 0.01 mg/lit de amonio indican perturbación del ciclo normal los nitratos son poco tóxicos pero en condiciones anaerobias pueden transformarse en nitritos.²⁰

Mojarra roja (Tilapia roja)

La Tilapia es originaria de África, pertenece a la familia de los cíclidos y está representada por cerca de 100 especies pertenecientes a seis géneros diferentes.

Las especies de Tilapia más conocidas e introducidas al país son las siguientes:

1. *Oreochromis mosambicus* o mojarra negra
2. *Oreochromis niloticus* o mojarra plateada
3. *Oreochromis urolepis hornorum*

4. *Oreochromis aureus* o Mojarra azul

5. *Tilapia rendalli* o mojarra herbivore

El cruce selectivo permitió la obtención de un pez cuya coloración fenotípica puede ir desde el rojo cereza hasta el albino, pasando por el animal con manchas negras o completamente negro. La obtención de color rojo es importante para el mercado nacional, ya que los consumidores han relacionado a la Mojarra roja con el Pardo rojo; sin embargo el mercado internacional acepta cualquiera de los tonos segregativos de color de esta especie, por cuanto lo que reciben es el filete limpio de piel. Existen otras variedades de Mojarra roja producto de diferentes cruces. En Colombia a partir de 1982 se iniciaron los trabajos de producción de *Tilapia plateada* (*Oreochromis niloticus*) y Cachama extensivamente (un pez por metro cuadrado), y actualmente el país produce carne de *Tilapia roja* (Mojarra roja) a una densidad promedio de 15 peces por metro cuadrado.²¹

Su madurez sexual la alcanzan a los 4 meses de edad. Desova todo el año produciendo hasta 8 posturas. La hembra incuba los huevos fecundados en su boca. El macho construye el nido en el fondo del estanque y atrae a la hembra quien deposita allí entre 200 y 1500 huevos dependiendo de su edad (una hembra de 160 gramos puede producir 372 larvas). Después la hembra los toma en su boca y los mantiene allí por 3 a 5 días hasta que eclosionan, cuidando los alevinos hasta los 12-15 días.

Su cultivo requiere un manejo adecuado pues se reproducen en aguas lenticas, o sea en los estanques, por lo que su alta eficiencia reproductiva se convierte en un verdadero problema. Para evitar esto era costumbre sexar

²⁰ <http://www.angelfire.com/ia2/ingenieriaagricola/piscicultura.htm>

²¹ <http://www.angelfire.com>

(machos a un estanque y hembras a otro), un manejo muy dispendioso y delicado; pero en la actualidad las empresas productoras de alevinos de Mojarra garantizan la reversión del sexo (de hembra a macho) hasta en un 90%. Esta reversión se logra con hormonas suministradas con el alimento.

Parámetros físico-químicos para el cultivo de la mojarra roja

1. Temperatura: entre 22 a 26 °C, fuera de la cual decae la actividad metabólica de los peces.
2. pH: ideal entre 5 - 9, siendo ideal 7.5. Valores fuera de este rango ocasionan aletargamiento, disminución en la reproducción y el crecimiento. Para mantener el pH en este rango, es necesario encalar cuando esté ácido o hacer recambios fuertes de agua y fertilizar cuando este se toma alcalino.
3. Oxígeno disuelto: mayor a 4 ppm. Existe una estrecha relación entre la concentración de oxígeno y la temperatura. En las noches los niveles de oxígeno pueden descender a menos de 2 ppm razón por la cual los peces reducen el metabolismo. Este parámetro debe ser observado para determinar la densidad de siembra previendo así el recambio de agua necesario o la aireación suplementaria.
4. Dureza: Mayor de 60 ppm.
5. CO₂: Menor a 20 ppm.²²

Cuando se incrementa el pH y se disminuye la concentración de oxígeno disuelto por exceso de alimento, de abono orgánico o de muerte masiva del fitoplancton en época de lluvias, se incrementa la concentración de amonio no

ionizado (NH₃) que puede ocasionar la muerte de los peces. Si le sucede esto debe hacer recambio de agua, suspender la alimentación y uso de abonos químicos. Este es uno de los principales parámetros que se debe controlar en cultivos intensivos de Mojarra roja. Se pueden sembrar hasta 4 peces por metro cuadrado, con recambio moderado, para obtener al total de siete meses de cultivo animales de 500 gramos. Se pueden tener densidades finales de cultivo de hasta 10 - 15 peces / m² cuyos estanques reciben un recambio de agua bastante importante (60 litros por segundo).

Infraestructura

Hay tres formas de producir peces de acuerdo con las instalaciones y son:

1. Estanque en tierra.
2. Estanque en cemento.
3. En jaulas flotantes.

Aquí se tratará la primera alternativa, ya que es la forma constructiva, más económica y común en la zona rural del país. Consiste en un recinto artificial de agua de poca profundidad, excavado en tierra de forma tal que pueda vaciarse totalmente. Se debe seleccionar un buen lugar para ubicarlo, en lo posible cerca de la casa para facilitar su cuidado, procurando que el abastecimiento de agua se encuentre lo más cerca posible y el estanque esté ubicado en gran parte a pleno sol. Se debe tener en cuenta la fuente de toma del agua, la calidad del suelo y la geometría del estanque.

Fuente de Agua: El agua, en lo posible, debe proceder de un lugar ubicado más alto que el estanque, de tal forma que pueda llegar a él por gravedad. El

²² <http://www.angelfire.com/ia2/ingenieriaagricola/pisicultura.htm>

abastecimiento de agua debe estar ubicado lo más cercano posible, tener disponibilidad de agua todo el tiempo y que no esté contaminada. Puede provenir de fuentes como: manantiales, quebradas, ríos, nacimientos y reservorios. El agua debe ser conducida por acequia, manguera o tubería plástica desde la fuente de agua más próxima. La cantidad de agua necesaria varía de acuerdo al número de peces por metro cuadrado que se siembre en el estanque, a mayor densidad de siembra, mayor cantidad de agua o mayor porcentaje de recambio de agua, con el fin de que se suplan las pérdidas de oxígeno disuelto y se descontamine el sistema de productos de excreción como el amonio.

Calidad del suelo: Los mejores suelos para la construcción de estanques son los franco-arcillosos, puesto que retienen bien el agua y son fáciles de trabajar ya sea con maquinaria o mano de obra. El suelo debe tener por lo menos un 20% de arcilla.

Forma y tamaño del estanque: La forma ideal de un estanque es rectangular, sin embargo, muchas veces la forma depende del relieve y del tamaño del predio. Las ventajas del estanque rectangular son las siguientes: es más fácil y rápida la cosecha, mejor aprovechamiento del agua de recambio, puesto que recorre toda la totalidad del estanque. El tamaño puede ser de varias hectáreas hasta unos cuantos metros cuadrados, dependiendo del tipo de piscicultura, la especie a cultivar, la topografía de la finca, así como los siguientes factores: - El mercadeo. - La capacidad económica del piscicultor. - El espacio que tenga en la finca para esta actividad. - La cantidad de agua que entre al estanque. (Cantidad de peces por entrada de agua al estanque).

Profundidad: La profundidad ideal es de un metro promedio, es decir de 0.8 metros en la parte más plana y 1.2 en la parte más profunda. Estanques con

profundidad inferior a 0.5 metros son propicios para el fácil calentamiento del agua y proliferación de plantas acuáticas. Estanques con profundidades superiores a 2 metros son muy difíciles de manejar (pesca), son costosos y se pierde el espacio de 1.5 hacia abajo, puesto que la luz solar no llega hasta allá y por supuesto los peces tampoco.

Trucha Arco Iris

La trucha arco iris (*Oncorhynchus mykiss*) es una especie foránea con una continua renovación a través de las importaciones masivas de ovas desde los sitios de producción en Estados Unidos hacia zonas de cultivo de alta montaña en Colombia, convirtiéndola en una de las más importantes especies en la acuicultura de aguas continentales del país. Su introducción se realizó en 1939 para el repoblamiento de aguas de uso público en la zona Andina con fines de pesca deportiva, específicamente, en el Lago de Tota en Boyacá (27, 33). Actualmente, el departamento de Antioquia es el primer cultivador en el ámbito nacional seguido por los departamentos de Cundinamarca y Boyacá.²³

Hábitat

La trucha arco iris en su ambiente natural, es un pez que habita espacios acuáticos con aguas puras y cristalinas, con cauces que presentan marcados desniveles topográficos que originan rápidos, saltos y cascadas que son muy comunes en los ríos de alta montaña, son estos rápidos con una pronunciada velocidad de corriente y suelo pedregoso los más frecuentados por las truchas.

²³ Rev Col Cienc Pec Vol. 17:1, 2004

De manera que las truchas son peces nativos de regiones elevadas y montañosas donde existen aguas frías y claras.

Alimento

Por otra parte, la trucha es un pez carnívoro que en la naturaleza se alimenta de las presas que captura vivas, siendo la mayoría de ellas organismos acuáticos y algunos terrestres, como son los insectos que en primavera y verano revolotean sobre el agua. Los moluscos como los caracoles también son presas habituales, así como los crustáceos, gusanos, renacuajos y peces pequeños de la misma u otras especies.

Reproducción y ciclo de vida

Los machos de la trucha arco iris siempre son de mayor tamaño y durante la etapa de reproducción suelen desarrollar dimorfismo sexual, la trucha tiene un ciclo reproductor anual, siendo una condición indispensable que el macho y la hembra sean adultos y sexualmente maduros. Los machos pueden adquirir la madurez sexual a los 15 o 18 meses, mientras que en las hembras es un poco más tardado, ya que necesitan un mínimo de dos años.

Durante el proceso de maduración sexual, las truchas van sufriendo una serie de cambios morfológicos en su aspecto, los cuales hacen que uno pueda distinguir fácilmente los machos de las hembras, dos de los cambios más notorios sucede en el macho, uno de ellos es en el maxilar inferior debido a que este sufre un proceso de prolongación, así como una ligera curvatura dorsal del cuerpo.

Es importante mencionar que la reproducción de los salmónidos es cíclica, esto significa que tiene lugar una vez al año y en una época determinada. Blanco (1994) menciona que el desove en la trucha arco iris se da en el periodo

comprendido entre los meses de noviembre a febrero, pero que este fenómeno está condicionado por la influencia de las condiciones climáticas ambientales.

El plan de manejo de las especies es el siguiente:

Alevinos: Los alevinos son transportados a la explotación con tamaño que varía entre los 3 – 5 cm., estos vienen en bolsa plásticas oxigenadas con un promedio de 20000 animales, los cuales serán recontados por el personal de la explotación, luego se sitúan en los estanques de cuarentena; posteriormente se sitúan en los tanques de alevinaje, convenientemente protegidos de la luz y las inclemencias del tiempo, con una densidad de 7150 alevinos/estanque y un peso medio de 1.5 gramos.

Su estancia en los estanques de alevinaje es de dos meses adquiriendo un peso promedio de 6 – 8 gr. / alevino, para ser posteriormente depositados en los tanques de recría (dedino).

Dedinos: Los dedinos son recibidos con un peso que varia entre los 12- 14 gramos/pez, es estos estanques su estancia es de dos meses aproximadamente, es conveniente que sean protegidos de la luz del sol y condiciones climáticas, se realizan controles sanitarios si el cultivo lo requiere, adquiriendo un peso que puede fluctuar entre los 80 – 100 gr. Para posteriormente ser depositados en los estanques juveniles.

Juveniles: Los peces llegan a los estanques de alevinaje con un peso mínimo de 100 gr., su permanencia en dicho estanque es de 60 días, teniendo una ganancia de peso mínimo de 100 gr., para finalmente pasar a los estanques de engorde.

Engorde: Es la etapa final del proceso, en esta etapa los animales permanecen dos meses, adquiriendo un peso que varía entre los 300-350 gr. o dependiendo de las exigencias del mercado regional.

Parámetros generales para el cultivo de trucha

La calidad del agua es fundamental en un criadero de truchas, pues es el medio donde los peces se desarrollaran, así que conocer y mantener los parámetros del agua como: temperatura, oxígeno, turbidez, pH y amonio es de suma importancia para que el criadero tenga una buena producción acuícola.

Oxígeno: El cultivo de la trucha arco iris es una de las prácticas que demandan de mayor cantidad de oxígeno disuelto en el agua. Dentro de la truticultura (cultivo de trucha) se estima que los peces en crecimiento deben de tener continuamente tasas mínimas de oxígeno de 5 a 5.5 mg/l (miligramos/litro), mientras que los huevos y alevines son más exigentes, demandando de 6 a 7 mg/l; con cifras muy inferiores a las mencionadas, las truchas presentan dificultades para extraer el oxígeno del agua y transportarlo a través de sus branquias.

Temperatura: La trucha en condiciones naturales puede vivir en aguas con temperaturas de entre 0° y 25° C; sin embargo, es necesario mencionar que en términos de cría artificial de trucha, los límites de la temperatura del agua en los cuales su crecimiento y desarrollo son los adecuados es entre los 9° y 17°C, siendo en la etapa de alevín entre 10°-12°C la temperatura adecuada, y para los juveniles en pleno crecimiento 16°C. A pesar de que el rango de temperatura del agua en que las truchas pueden sobrevivir es amplio, a partir de temperaturas por

arriba de los 21°C las concentraciones de oxígeno en el agua son muy bajas y las aguas no son adecuadas para utilizarlas en el cultivo de trucha.

Ph: Conocer los valores de pH o potencial de hidrógeno es de gran importancia al igual que la temperatura y el oxígeno, esto debido a que si los valores en el pH del agua son demasiado bajos o elevados, causaran estrés en las truchas.

El valor del pH viene determinado por la presencia de hidrógeno en el agua y se expresa en una escala que va de 0 a 14, dentro de esta escala, un valor de 7 indica que el agua es neutra, un valor inferior a 7 indica que el agua es ácida y si es superior a 7 el agua se considera alcalina. Para la cría de la trucha arco iris los valores deseables del pH deben estar en un rango de 6.5 a 9, estos son los más apropiados para la producción. Con valores inferiores a 6.5 o mayores a 9.5 la reproducción disminuye. Con un pH por debajo de 4 se presenta la muerte ácida de los peces, y por arriba de 11 la muerte alcalina.

Capacidad de carga de los estanques: La cantidad de peces (kg/m²) que es posible colocar en un estanque está en relación con el peso individual de las truchas, con el oxígeno aportado por el caudal y en base a las instalaciones y condiciones de la granja. La carga de los estanques se expresa en kilogramos de peces por metro cuadrado de estanque.

Blanco (citado en Aquino, 1994) indica que “para el cálculo de la densidad se utiliza como medida patrón de partida y de máximo aprovechamiento, el número de truchas de 200g que es posible colocar en un metro cuadrado a una temperatura de 10 °C; bajo estas circunstancias se aconsejan densidades de 20 a 25 kg/m², siendo esta densidad de peces muy adecuada para aquellos

piscicultores que aún no tienen una gran experiencia en el cultivo de trucha y que no quieren correr riesgos” (p. 14).

Cosecha: Generalmente los productores realizan la cosecha cuando las truchas tienen la edad de entre 8 y 9 meses, que es cuando han alcanzado el peso aproximado de 500 gramos, generalmente cuando tiene esta edad y peso se le llama comúnmente trucha para platillo.

Impacto Económico, Regional, Social, Ambiental

Colombia al igual que muchos países de Latinoamérica presenta en este momento una crisis económica, que ha hecho que muchos de los negocios o empresas que no son de gran tamaño económico fracasen. De todos modos al nivel estatal se están tratando de tomar medidas para mejorar la situación agrícola, sector inherente al buen desarrollo de la economía colombiana.

Colombia y en especial Latinoamérica, son buenos en la implementación de los cultivos piscícolas, de los cuales obtendrían algunos beneficios e impactos positivos, generadores de buenos ingresos económicos para muchas familias relacionadas de algún modo con esta estrategia.

1. Interés de otros países por el nuevo mercado que se constituirá
2. Los consumidores colombianos se beneficiarán por los productos de buena calidad a los que tendrían acceso

Como impactos generadores de progreso económico y en buena parte social, se llegara a generar excedentes comerciales que mejoren los ingresos económicos de las comunidades presentes en la localidad de influencia de la estrategia.

Los impactos económicos más importantes que genera la estrategia son:

1. Aumento de la producción en el sector piscícola: Con la ejecución de esta estrategia la producción de peces aumentara y la productividad agrícola crecerá en este sector con ellos de la mano.
2. Aumento del precio de la tierra: Con la implementación la estrategia piscícola, como la tecnificación del cultivo, la tierra se valorizara, incluyendo zonas aledañas a los cultivos, pues habrá mejor aprovechamiento del agua por los descolas hacia los cultivos de la zona.
3. Mejoramiento en la planeación de cultivos y del mercadeo de productos piscícolas: Teniendo un grupo asociativo compuesto por profesionales de la Acuicultura, se tendrán en cuenta y se llevaran a cabo técnicas de planeación, manejo de cultivos, como de mercadeo de productos piscícolas. Estos conocimientos se intercambiaran con la experiencia que tengan las personas que allí vayan a laborar.
4. Aumento de los periodos de siembra y de cosecha por año: Como los cultivos, generan varias producciones al año, se aumentara la productividad y el desarrollo económico.

Impacto Social (regional)

El número de productores que se dedican a la piscicultura ha crecido en forma espectacular. Los productores pueden ser ubicados en dos grandes grupos: el sector social de pequeños productores y el sector privado de grandes productores.

Los impactos sociales más importantes que genera la estrategia son:

1. Aumento de la presencia institucional y de la inversión social, en general: Al realizarse esta estrategia de cultivo piscícola, se podrá facilitar el ingreso de instituciones gubernamentales a la zona de la estrategia para llevar a cabo inversiones sociales y relaciones con la comunidad.
2. Aumento y mejoramiento de la organización comunitaria: Con proyectos de cultivos tecnificados, se organizara mejor la comunidad, realizando tal vez proyectos similares, con buena organización e integridad comunitaria.
3. Aumento de la participación comunitaria: Va de la mano con la generación de empleo, ingresos económicos de los pequeños productores y la organización comunitaria.
4. Generación de cultura empresarial agropecuaria o agroindustrial: Esta cultura irá creciendo cada vez más desde los asociados de la estrategia, hasta el más joven campesino, jornalero o agricultor que se relacione con el proyecto, así se podrán explotar mas los recursos y obtener buenos resultados económicos.
5. Mejoramiento de vías de acceso: Será necesario el arreglo y la ampliación de algunas vías de acceso al cultivo, para el transporte del producto y las labores de manejo del cultivo y a la vez facilitar el ingreso a los turistas.
6. Mejoramiento de la vivienda y la calidad de vida: Al haber generación de empleo, las familias podrán tener una mejor calidad de vida, con los ingresos económicos
7. Generación de empleo: La piscicultura se considera un sistema de producción con una alta utilización de mano de obra, por lo que en Colombia se ha convertido en una posibilidad real para reducir el

desempleo en el sector agropecuario. Esto significa que una hectárea de piscicultura requiere para su cultivo un poco más de fuerza de trabajo que otra de producción convencional.

Las ventajas de trabajar con cultivos piscícolas son:

1. Se obtienen buenos precios por los productos.
2. Se producen alimentos y productos sanos para el mercado, así como para el agricultor y su familia.
3. Se trabaja en un ambiente sano, sin peligro de intoxicaciones y de enfermedades ocasionadas por los agroquímicos.
4. Se mantiene un empleo bien remunerado, además de generar alternativas de trabajo para la comunidad.
5. Se promueve la producción sostenible y la conservación del medio ambiente en la región.

Aunque es lamentable, para el caso de establecer un cultivo en el municipio de Ciudad Bolívar, se cuenta con la mano de obra deseada ya que el índice de desempleo es considerable.

Impacto Ambiental

Impacto ambiental es el cambio de valor del ambiente o de alguno de sus componentes, como consecuencia de proyectos, acciones o actividades de origen entrópico. Dicho cambio produce ganancias o pérdidas del valor individual o global de los elementos del ambiente; es decir, impacto ambiental es la resultante de los costos y beneficios ecológicos, sociales y económicos, generados por una acción humana.

Los impactos ambientales más importantes que genera la estrategia son:

1. Aumento en la gestión de la calidad de agua: Con la estrategia altamente tecnificada se harán estudios de calidad de agua, así se gestionaran más estudios en la zona de implementación de la estrategia.
2. Mejoramiento en el control de parásitos y de problemas fitosanitario y de enfermedades: Con la piscicultura y buenas actividades de manejo de los cultivos se reducirán estos problemas fitosanitarios.
3. Aumento de la diversificación agrícola: Con la estrategia se van a obtener diversos cultivos, se hará rotación de los mismos, y hasta con el paso del tiempo se pueda emplear sistemas de policultivo.
4. Aumento de la conciencia ecológica comunitaria: La estrategia causara gran admiración por los agricultores de la zona, debido a su manejo e implementación de la piscicultura.

Descripción de las condiciones biofísicas de las trucheras

Lo que se busca con esta estrategia, es reactivar la explotación piscícola, pues en estos momentos solo se tiene unos estanques en malas condiciones y se encuentra en desuso en la vereda El Empuje y la Mina, corregimiento Farallones, municipio de Ciudad Bolívar. La propuesta es que las familias construyan más estanques, a la vez se propone la creación de un lago para pesca deportiva; logrando así la reactivación de esta explotación; El municipio cuenta con aguas de muy buena calidad, provienen de un bosque nativo denominado Monte Blanco, cuenta con excelentes condiciones topográficas y climáticas lo que permiten producir una trucha de excelente calidad.

Calidad del suelo

Son suelos donde la explotación agrícola o pecuaria es casi mínima por ser estos bosques de protección, son suelos libres de la aplicación de productos químicos o del pastoreo excesivo por animales, allí solo se presencia la siembra de árboles de bosque nativo.

Son suelos con texturas moderadas a medias; con contenidos altos de arcilla (Franco-arcillosos), con buena retención de agua y aireación, ideales para la producción acuícola.

Los suelos, desarrollados a partir de rocas metamórficas indiferenciadas o muy mezcladas, con depósitos de cenizas volcánicas en las áreas más elevadas y algunas intercalaciones de rocas sedimentarias o ígneas, se localizan en las vertientes o laderas de las cordilleras.

Calidad del agua

Los cuerpos de agua que abastecen los estanques piscícolas son principalmente quebrada el Empuje - La Mina y Rio Farallones, son aguas con temperaturas que promedias los 15-16 0C, estos predios no tiene vocación agrícola, solo se encuentra la reserva forestal de farallones del Citará y un bosque nativo denominado Monte blanco, lo que garantiza aguas con porcentaje nulos de sólidos totales, Coliformes fecales y totales, cabe anotar que esta agua no se utiliza para el consumo humano gracias a la riqueza de aguas que posee la zona.

Descripción de las condiciones climáticas

Para el análisis de clima, se tuvieron en cuenta los datos obtenidos de la estación climatológica El trapiche.

Ubicación: N05, 7969°. W076, 05017°

Precipitación: 2050 mm. Año

Temperatura: 22°C.

Humedad relativa: 76%.

Altura sobre el nivel del mar: 1783 Mtos s.n.m.

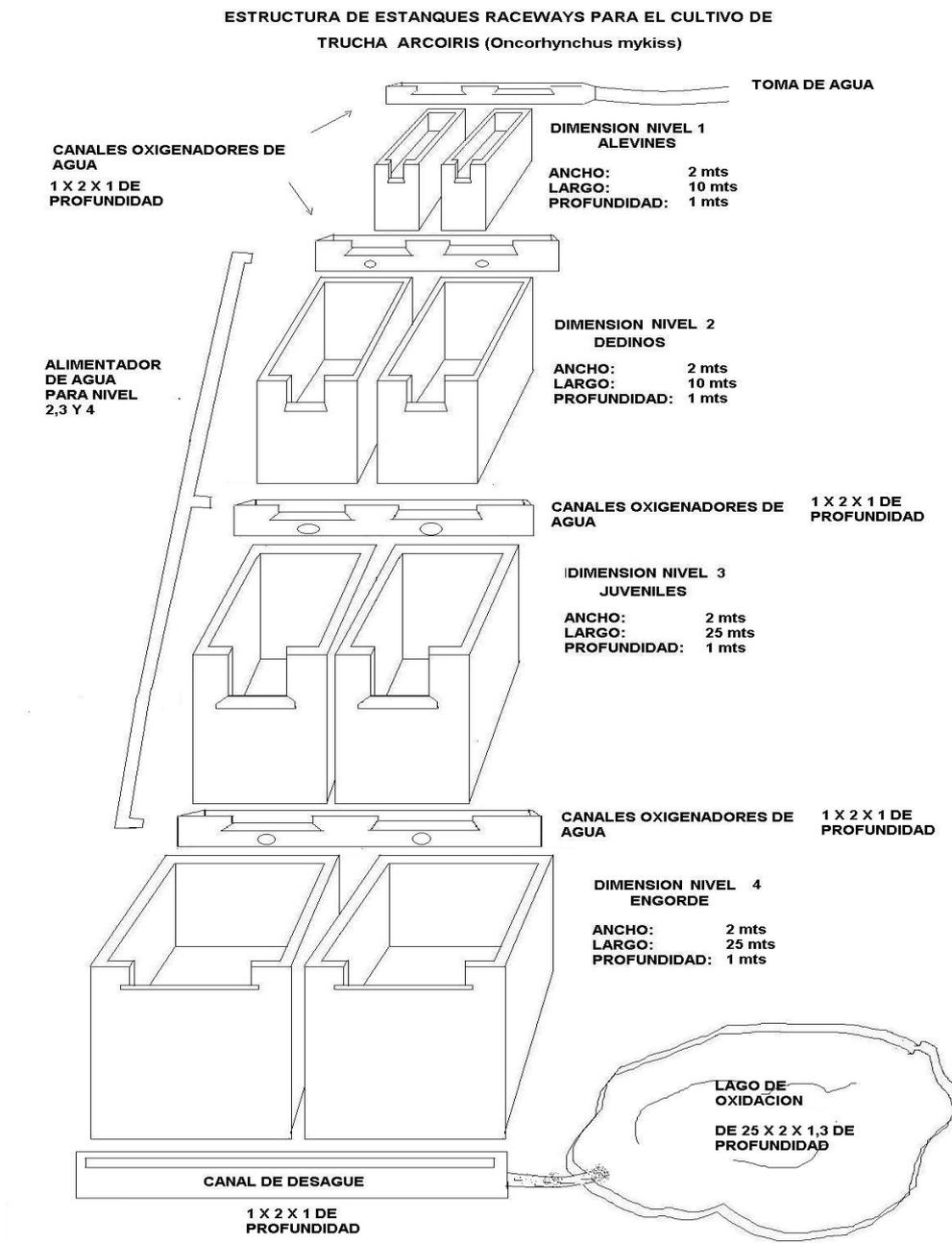
Brillo solar 2000 Hrs. Año

Descripción de la infraestructura física y equipos requeridos

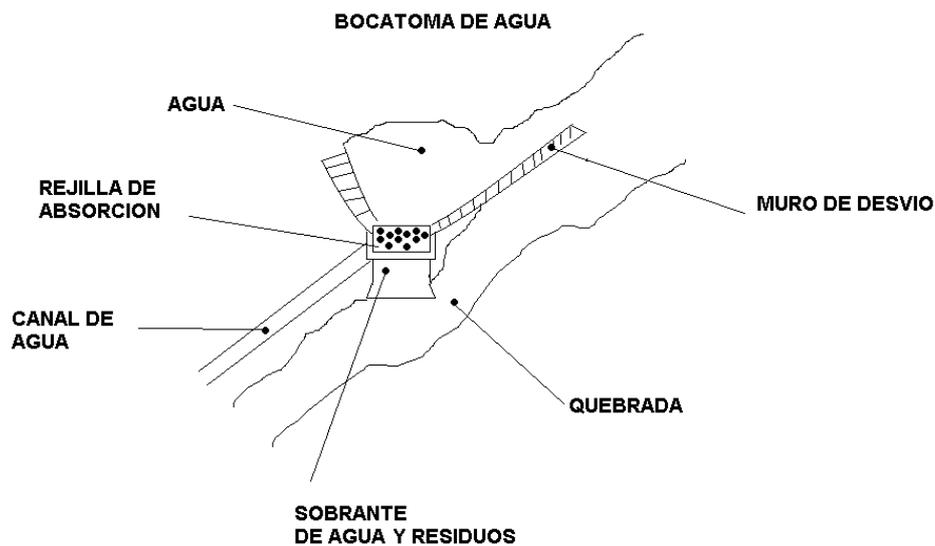
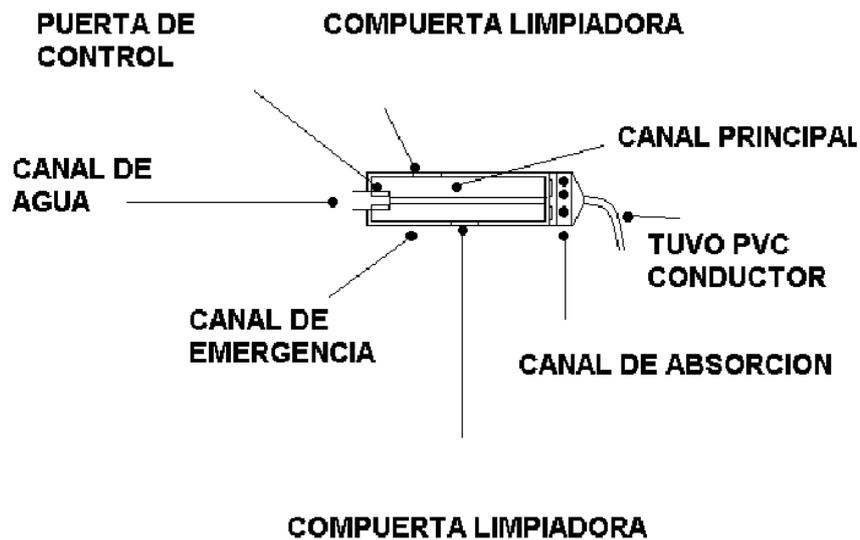
Se sugiere que antes de empezar la construcción y adecuación de los estanques es recomendable evaluar el suelo para que no se presenten inconvenientes futuros.

Se propone utilizar el sistema clásico de estanques comunicados, llamado (RACEWAYS), por que estos se encuentran en sucesión, el agua de entrada proviene directamente de los estanques superiores. Una de sus grandes ventajas es su bajo costo en la construcción, ya que solo son canales divididos a intervalos regulares, donde la corriente de agua esta uniformemente distribuida, y se facilitan algunas labores de manejo, como la administración del alimento y la limpieza de los estanques. Hay que poner atención y es su principal desventaja, en estos estanques, si hay diseminaciones de alguna enfermedad transmisible, toda la explotación se ve comprometida.

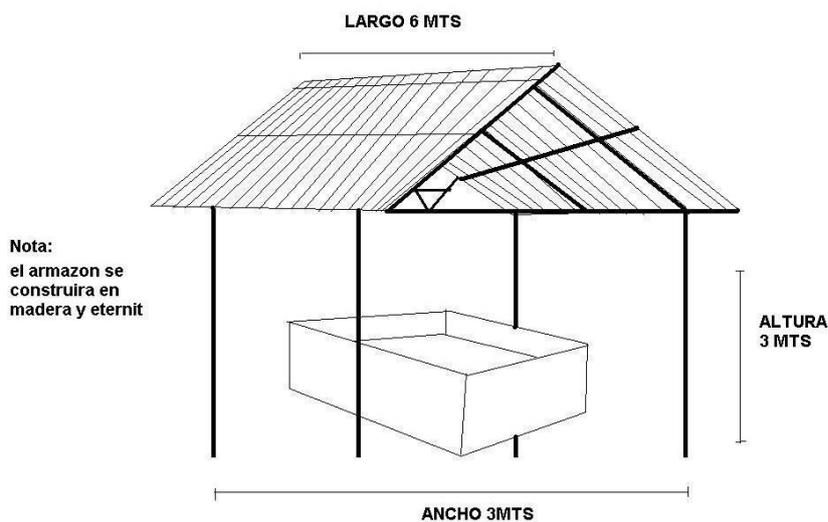
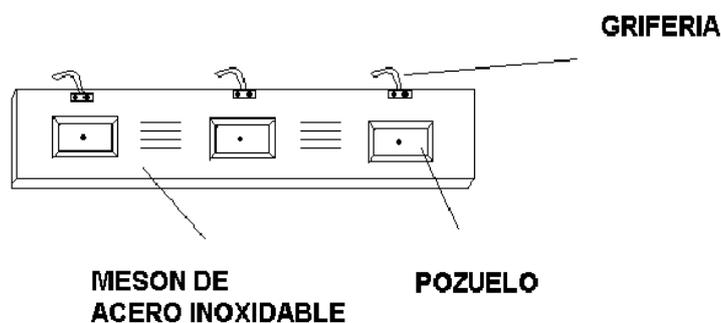
Planos

Figura 5 Estructura de Estanques RACEWAY para el Cultivo de Trucha²⁴

²⁴ Fuente Juan Fernando Arroyave y Luisa Fernanda Ramírez

Figura 6 Bocatoma de Agua²⁵Figura 7 Tanque Desarenador²⁶

²⁵ ²³ Fuente Juan Fernando Arroyave y Luisa Fernanda Ramírez

Figura 8 Infraestructura del techo para protección de los Estanques²⁷Figura 9 Mesón para Eviscerado²⁸

Captación, construcción y distribución

El suministro de agua para la explotación se captaría de la quebrada Colecaballo y las quebradas El Empuje - la Mina y esta se desviaría a una bocatoma, la cual se uniría un desarenador por medio de conducción construida en tubería de seis pulgadas. El desarenador, constaría de un canal de

^{27 25}Fuente Juan Fernando Arroyave y Luisa Fernanda Ramírez

emergencia en caso de que este se obstruya, para luego ser suministrada por tubería de PVC a los canales oxigenadores de cada estanque.

Los estanques serían tipo RACEWAYS contruidos en bloques de concreto, revestidos en cemento esmaltado, para evitar filtraciones, en estos estanques se contaría con un desnivel pronunciado que garantizará el flujo constante de agua y contará con un sistema de limpieza individual para evitar la acumulación de excretas que causarían contaminación a las aguas, los estanques se agrupan en par de acuerdo al ciclo productivo (alevino, dedino, juveniles, adultos).

Los estanques de alevinos y dedinos estarían protegidos por un techo construido en madera y eternit, el cual los previene de enfermedades y depredadores.

Dimensiones de los estanques

1. Alevinos y Dedinos: 2 mt de ancho, 10 mt largo y 1mt profundidad.
2. Juveniles y Engorde: 2 mt ancho, 25 mt largo y 1 mt profundidad.

. El área de sacrificio, limpieza y evisceración de las truchas contaría con un mesón y lavaplatos en acero inoxidable, congelador, sellador bolsas y servicios sanitarios.

Disponibilidad de especies a producir

Los alevinos se pueden comprar en el municipio de Jardín, suroeste Antioqueño, en la empresa CIFUENTES; con un peso que oscila entre los 3 – 5 gramos, debido al intensivo mercadeo y producción de esta especie en el municipio de Jardín, se considera que la semilla adquirida será de excelente calidad, además de ser certificadas por la UMATA Jardín y el ICA y que su suministro es constante durante todo el año.

Costos y Financiación de la Reactivación de Trucheras

Los costos de reactivación de las trucheras en el corregimiento de la mina han sido elaborados con ayuda del profesional Carlos Mario Sánchez Vélez, Jefe de la oficina Unidad Agroambiental.

A continuación se describen los costos en el que incurre esta estrategia:

Tabla 7 Costos de Infraestructura y equipos de trucheras

Actividad	Costo \$
Limpieza y adecuación del terreno	400.000
Excavación y construcción de tanque desarenador, filtro, acequia y bocatoma	5.000.000
Construcción de estanques tipo RACEWAYS, canales de oxigenación, laguna de oxidación y lago de pesca deportiva.	33.000.000
Construcción de techo para protección de estanques	1.500.000
Adecuación de la sala de procesos (baño, bodega, sala de procesos y garita) e instalaciones eléctricas	4.800.000
Cerramiento en alambre de púa y estacón	1.000.000
Capacitaciones comunidad (Manipulación de alimentos)	3.000.000
Capacitaciones comunidad (Empresarismo y emprendimiento)	3.000.000
Puesta en marcha e inicio de la explotación (insumos, mano de obra, materiales y equipo)	46.788.000
Congeladores y cuartos fríos	9.800.000
Total	108.288.000

Se hace un estimado de 2000 alevinos para dar inicio con la estrategia, cada alevino tiene un costo de \$180.

Tabla 8 Costos puesta en marcha del negocio

Descripción	Valor
2000 Alevinos	360.000
Escritura y Gastos Nominales	200.000
Permisos y Licencias	1.500.000
Registro Mercantil	400.000
Registros, marcas y patentes	200.000
Total	2.660.000

Tabla 9 Financiación

Fuente	% de Cofinanciación	Aporte
Inconder	70%	77.663.600
Municipio de Ciudad Bolívar	23%	25.518.040
Comunidad	7%	7.766.360
Total		110.948.000

Sector Turismo

Este sector tiene amplias expectativas en el municipio y a continuación se mostrarán algunas estrategias escogidas:

Posadas turísticas

El programa de Posadas Turísticas de Colombia está enmarcado dentro del Plan de Desarrollo Nacional (Ley 1151 de 2007), vinculando los objetivos de la política turística, la política de vivienda y la política ambiental del país. De esta forma, esta iniciativa del Gobierno Nacional se desarrolla a través de la Política

Nacional de Vivienda de Interés Social Rural y es coordinada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Dentro de este marco, el Plan Sectorial de Turismo, desde el año 2002, ha contemplado el programa de Posadas Turísticas como una de las estrategias de fortalecimiento de las comunidades y las microempresas de la cadena productiva turística e inserción de las mismas en procesos de competitividad.

El objetivo general del programa es vincular a las poblaciones vulnerables de las áreas rurales colombianas con alto valor turístico, a partir del mejoramiento en la infraestructura de sus viviendas, en una estrategia de desarrollo de turismo comunitario sostenible que permita fortalecer su calidad de vida.

Objetivos Específicos

1. Mejorar las condiciones de vivienda de las comunidades receptoras rurales.
2. Vincular a las comunidades receptoras a los procesos de desarrollo turístico con el fin de mejorar su autogestión y calidad de vida.
3. Dar solución a las necesidades de saneamiento básico de las viviendas de las comunidades rurales receptoras (baños, pozos sépticos, cocinas, zonas comunes).
4. Crear una habitación para uso del turista con baño privado y facilidades mínimas para su alojamiento.
5. Recuperar los valores y tradiciones arquitectónicas, gastronómicas, artesanales y culturales de la zona, según las características ambientales y sociales de cada región.

6. Capacitar a las comunidades para la prestación de servicios turísticos y para la gestión comunitaria sostenible.
7. Crear nuevas opciones de alojamiento y de productos turísticos para segmentos de mercados alternativos.
8. Fortalecer la valoración del patrimonio por parte de la comunidad local a partir del turismo.
9. Fortalecer la promoción y oferta de los destinos turísticos.

Tipos de Posadas

1. Proyectos de mejoramiento de vivienda y saneamiento básico (Tipo A):
Los proyectos de mejoramiento de vivienda y saneamiento básico deberán solucionar las deficiencias que presente la vivienda del hogar postulante, adicionalmente se deberá proveer de una habitación con baño para el alojamiento del turista.
2. Proyectos de construcción en sitio propio y adquisición de vivienda (Tipo B):
Los proyectos de construcción en sitio propio y/o adquisición de vivienda deberán garantizar el acceso de la familia a una solución básica que adicionalmente cuente con una habitación con baño para el alojamiento del turista.

Recursos

Los recursos del subsidio son aportados por la Nación y administrados por el Banco Agrario, entidad que mediante convocatoria selecciona los proyectos que cumplen con lo establecido en la Ley 812 de 2003, el Decreto 973 de 2005 y

4427 de noviembre 2005, los procedimientos del Reglamento Operativo y la Guía de Formulación aprobados por la Comisión Intersectorial de Vivienda de Interés Social Rural y las normas que los modifiquen, sustituyan o complementen.

Requisitos para acceder al Programa

1. Manifestación de la autoridad regional de participar en el programa.
2. Certificación de disponibilidad presupuestal del oferente para cofinanciar la Contrapartida.
3. Certificación de la autoridad competente sobre la inclusión del turismo en el Plan de Ordenamiento Territorial – POT – y en el plan de desarrollo del municipio.
4. Inventario de los atractivos turísticos de la zona.
5. Inventario de disponibilidad de alojamiento del municipio y certificación de la ocupación hotelera en temporada alta. Sólo se consideraran solicitudes donde exista déficit habitacional, reflejado en una ocupación promedio superior al 80%.
6. Cartas de las posibles familias beneficiarias manifestando que conocen las condiciones del programa y expresando su voluntad para:
 - a) Alojar turistas preservando las costumbres.
 - b) Realizar el aporte correspondiente a la contrapartida.
 - c) Ejecutar el acondicionamiento de la vivienda según el diseño que se defina.
 - d) Inscribirse en el Registro Nacional de Turismo.
 - e) Llevar el registro de clientes y el libro de reclamaciones; facturar los servicios prestados.

- f) Brindar la información que requiera el Viceministerio de Turismo.
 - g) Capacitarse para prestar un servicio de calidad e ingresar al programa de promoción de posadas turísticas.
7. Registro fotográfico de las viviendas a ser objeto del programa (en los casos de mejoramiento) y de los lotes en los casos de vivienda nueva.
 8. Certificación de la autoridad competente sobre la inscripción de cada una de las posibles familias beneficiarias en los niveles 1 y 2 del Sistema de Identificación y Clasificación de Potenciales Beneficiarios para programas sociales (SISBEN) para las comunidades indígenas, certificación de la autoridad competente de la comunidad de su pertenencia y condición de indígena, y certificación de la Alcaldía de su condición de SISBEN cero.
 9. Certificación de compromiso de la Alcaldía a través de recursos propios o gestionados con otras entidades, de dotación de las posadas en el plazo de ejecución y puesta en funcionamiento del proyecto.

Requisitos de Financiación del Proyecto

1. Los proyectos no podrán estar conformados por un número superior a veinte (20) soluciones ni inferior a cinco (5).
2. Con la finalidad de garantizar que sea posible la construcción de una adecuada solución arquitectónica de Posada Turística, se ha determinado que los proyectos que sean presentados al programa deben cumplir con los siguientes esquemas de cofinanciación.

Tabla 10 Financiación

Tipo de Solución Costo total	Aporte de contrapartida de la entidad oferente	Aporte del subsidio	Aporte de la familia postulante
Mejoramiento de vivienda y saneamiento básico Tipo A 23.69 SMMLV	Será aceptado como mínimo un aporte de 9.33 salarios mínimos mensuales legales vigentes. 9.33 SMMLV	Será aceptado una solicitud de 12 salarios mínimos legales mensuales vigentes. 12 SMMLV	Será aceptado como mínimo un aporte de 2.36 salarios mínimos mensuales legales vigentes, representado en mano de obra no calificada. 2.36 SMMLV
Construcción en sitio propio y/o adquisición de vivienda Tipo B 33.72 SMMLV	Será aceptado como mínimo un aporte de 12.35 salarios mínimos mensuales legales vigentes. 12.35 SMMLV	Será aceptado una solicitud de 18 salarios mínimos mensuales legales vigentes. 18 SMMLV	Será aceptado como mínimo un aporte de 3.37 salarios mínimos mensuales legales vigentes, representado en mano de obra no calificada. 3.37 SMMLV

Requisitos de Diseño

Para el desarrollo de estos proyectos, es necesario tener en cuenta las siguientes consideraciones:

1. El respeto por el ambiente para apoyar su preservación hacia el futuro, la utilización racional de los recursos naturales disponibles como el agua y el tratamiento de los desechos sólidos.

2. La armonía con el entorno para lograr que la implantación en el terreno de la nueva vivienda o sus ampliaciones, consideren la presencia de árboles, flora nativa y otros rasgos naturales.
3. El uso de materiales y sistemas constructivos locales para contribuir con la economía local y conservar la tradición y armonía arquitectónica de la región.
4. Plano del área del proyecto.
5. Debe contar con espacios propios que sean factibles de mejoramiento para prestar servicios adicionales al turista, tales como sala, comedor y cocina.
6. La alcaldía debe presentar el anteproyecto arquitectónico de la nueva vivienda o sus ampliaciones.
7. La propuesta arquitectónica y técnica presentada debe cumplir con la terminación al 100% de la posada, es decir con acabados como piso en material liso, enchapes en las zonas húmedas de los baños y cocina, puertas y marcos de ventanas con sus respectivos elementos como vidrios en climas fríos y anjeos o protección contra insectos en climas cálidos.

Particularidades Arquitectónicas

1. Área de la Habitación del Turista: La habitación del turista debe contar con un área mínima de 12 mts², conformada así:
 - a) Espacio libre de la habitación 9 mts².
 - b) Espacio para guardar ropa (vano con entrepaños) o espacio para closet 0.60 mts².
 - c) Baño de la Habitación 2.40 mts².

2. Localización de la Vivienda y/o de la Posada: En los casos en que la posada corresponda a proyectos de construcción en sitio propio tipo B y adquisición de vivienda nueva tipo B, la localización de la vivienda debe tener en cuenta criterios de ubicación con respecto a la orientación solar, vientos, lluvias, así:
 - a) En climas cálidos, la posada debe estar orientada en sentido sur-norte y en todo caso con la fachada más larga de la vivienda en este sentido y protegida de la orientación del sol.
 - b) En climas fríos, la posada debe estar orientada en sentido oriente-occidente y en todo caso con la fachada más larga de la vivienda en sentido oriente-occidente para lograr la máxima ganancia térmica.
 - c) En proyectos de mejoramiento de vivienda, la posada debe estar localizada como un módulo independiente de la vivienda y exenta de esta, siguiendo las mismas recomendaciones de orientación con respecto al recorrido del sol.
 - d) La posada debe estar localizada enfrente a la circulación de los vientos predominantes de la zona, lo que determina un mejoramiento en las condiciones de confort climático, manteniendo la posada fresca y ventilada.
3. Altura libre: La altura libre es la distancia medida desde el nivel de piso terminado de la posada hasta el cielo raso o el elemento horizontal más próximo desde el piso, de esta manera, las medidas de alturas mínimas deben ser:
 - a) En clima frío: altura mínima de la posada (incluyendo el baño) 2.10 mts.

- b) En clima cálido: altura mínima de la posada (incluyendo el baño)
2.30 mts.

4. Elementos de protección de la lluvia y el sol:

- a) La posada debe contar con aleros prolongados que la protejan de los efectos de la lluvia sobre la fachada y del sol, los elementos deben estar ubicados por los cuatro costados de fachada y deben contar como mínimo con una medida de 0.80 mts.
- b) En lugares con lluvias prolongadas, las fachadas deben contar con elementos como zócalos de una altura mínima de 0.60 mts, que protejan las bases de los muros de la humedad producida por la lluvia.
- c) En lugares con lluvias prolongadas se debe considerar la construcción de medias cañas (desagües) de aguas lluvias, perimetrales a la posada.

5. Anden exterior:

- a) La posada debe contar con un anden exterior de por lo menos 0.60 mts de ancho, por todos los costados del perímetro de las fachadas.

6. Ventanas:

- a) La posada debe contar con marcos y elementos de protección en las ventanas, ya sean anjeos en climas cálidos como elementos de protección contra insectos y en clima frío con vidrios, o elementos de cerramiento.

7. Acabados:

- a) La posada debe estar terminada en su construcción considerando acabados básicos como pisos lisos, pañetes y pinturas internas y

externas y enchapes en las áreas húmedas a una altura mínima de 1.20 mts.

8. Baños: Deben estar en funcionamiento, con disponibilidad de agua y sistema séptico conectado.

Proceso para la ejecución de las obras

1. La Dirección de Turismo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, hace una invitación para participar en el programa a las zonas que son declaradas de interés turístico.
2. Los alcaldes y gobernadores interesados en participar en el programa solicitan al Ministerio la vinculación al programa de Posadas Turísticas.
3. A los municipios interesados o seleccionados se les pide los requisitos anteriormente enumerados, con el fin de expedir una certificación de Posada Turística.
4. Después de recibidos y estudiados los requisitos, la Dirección programa una visita a la región, con el fin de verificar el potencial turístico, dar a conocer el programa, hacer una asesoría arquitectónica y técnica del proyecto y sensibilizar a los posibles beneficiarios en el tema turístico.
5. El Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural junto con el Banco Agrario, abren la convocatoria de Vivienda de Interés Social Rural, para adjudicar los subsidios.
6. Los oferentes de los proyectos, que son los mismos municipios, presentan el proyecto para el programa de posadas Turísticas, según la metodología dada por el Banco Agrario.

7. El Banco Agrario, después de una calificación de los proyectos y las familias postulantes, hace la adjudicación de los subsidios y realiza el primer desembolso por el 50% del valor del proyecto.
8. Para que la entidad oferente reciba el primer desembolso, debe contar con los siguientes requisitos:
 - a) Apertura de una cuenta, donde esté consignado el total de la contrapartida.
 - b) Tener interventor nombrado con el respectivo informe del proyecto.
 - c) Tener comité de vigilancia.
 - d) Tener las respectivas pólizas aprobadas por el Banco Agrario.
 - e) Soporte documental de contratos.
 - f) Acta de beneficiarios.
 - g) Cronograma de obra.
9. El Viceministerio de Turismo realiza el seguimiento permanente de la obra durante todas las etapas del proyecto por medio de visitas técnicas a la obra, comunicación permanente con los municipios, directores de obra, interventores y la Gerencia de Vivienda del Banco Agrario.

Proceso de Dotación

La dotación de las posadas es un requisito básico para la atención a los turistas, debe ser solucionada por parte de la entidad oferente del proyecto, en algunos casos de ser posible La Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional ha venido apoyando al Viceministerio de Turismo en los procesos de dotación que se iniciaron a principios de 2009.

Proceso de Sensibilización y Capacitación

El proceso de sensibilización y capacitación es coordinado por el Viceministerio de Turismo. Este proceso consiste en una serie de programas dirigidos a los beneficiarios propietarios de las Posadas Turísticas, para entender el propósito del programa e involucrarse efectivamente en el mismo, mejorar sus habilidades y destrezas, y así mismo elevar la calidad del servicio de las Posadas Turísticas.

Proceso de Promoción

El Viceministerio de Turismo ha desarrollado una página web y otros elementos promocionales para todas las regiones en donde el programa hace presencia. Consulte www.posadaturisticasdecolombia.com²⁹

Sitio Web Ciudad Bolívar

Un sitio web no solo ayuda con la promoción de los productos turísticos sino que cambia radicalmente el manejo del negocio del sector turístico ya que ofrece la oportunidad de identificar y comunicar servicios con valor agregado para el cliente.

El desarrollo de una página web en el sector Turístico en el municipio de Ciudad Bolívar brinda grandes ventajas tanto al cliente como al vendedor de los productos y servicios de turismo. El sitio web contribuye no solo en la disminución de costos en la promoción de los productos y servicios turísticos sino que además

²⁹ <http://www.mincomercio.gov.co/eContent/newsdetail.asp?id=6299&idcompany=14>

facilita al turista la búsqueda, evaluación de alternativas turísticas, viaje al destino, actividades y viaje de regreso que proporcione una mejor experiencia.

Dentro de este enfoque se ha contemplado la creación del sitio web como estrategia del fortalecimiento socio- económico del municipio. Antes de comenzar un proyecto para la creación de un website es conveniente tener en cuenta una serie de etapas que son muy importantes para que el plan sea exitoso.

Equipo de trabajo

En primer lugar, debe conformarse un equipo de trabajo, compuesto por personal interno y tal vez también externo, que deberá comandar el proyecto. Dicho grupo debe definir los objetivos del sitio, los contenidos a colocar, y cómo evolucionará el sitio Web con el tiempo.

Para desarrollar un sitio Web (el diseño del proyecto, desarrollo, publicación, mantenimiento, etcétera) se requiere la formación de un grupo de personas que trabajen en forma coordinada. Dicho grupo debe estar compuesto por personal de diferentes áreas, que deben representar los intereses de su departamento en el sitio Web.

1. Personal de sistemas: que maneje los aspectos técnicos y la publicación en Internet y la interacción con empresas externas que provean servicios para el sitio.
2. Personal de relaciones institucionales, publicidad o marketing: que unifique el mensaje del sitio Web con el resto de las campañas de difusión e imagen de la empresa.
3. Otros departamentos, según el contenido del Sitio Web: atención a clientes, marketing, ventas o recursos humanos.

Se debe determinar un coordinador general del proyecto; usualmente se trata de un personal de sistemas.

Este grupo tiene como responsabilidades:

1. Definir la visita y objetivos del sitio.
2. Definir el perfil gráfico del sitio.
3. Definir los contenidos a colocar, sobre la base de cada uno de los departamentos involucrados.
4. Difundir la existencia del sitio y representar los intereses de todos los departamentos de la empresa.
5. Mantener el contenido actualizado y renovado.

Definición del proyecto

Una vez formado el grupo de trabajo la siguiente etapa es establecer el alcance, la audiencia, los objetivos y los atractores del sitio Web. No hay que olvidar que un sitio web no es un proyecto con fecha de finalización, sino que se trata de un trabajo constante que se realiza por etapas. Al inicio se planteará un sitio Web limitado, pero organizado, y se seguirá trabajando para que evolucione en forma continua.

El contenido

Esta etapa se crea o adapta todo el material que se desea publicar en la Red. Para ello, se puede tomar material ya existente (folletos, documentos, información institucional) que deberá ser convertida a Internet (digitalizado, mejorado, reducido), o bien crear material nuevo que acompañe el estilo elegido para el sitio.

Usualmente, el grupo de trabajo definirá la estructura general del sitio y asignará responsabilidad a un determinado departamento sobre determinadas secciones.

No tendrá éxito un sitio web que no tenga contenido. Lo que debe contener un sitio web será la información y servicios que los clientes necesitan y lo que esperan encontrar. Sobre la selección de información para el sitio web alguna puede ser sencilla de imaginar otra no. Quienes somos, que ofrecemos y como nos pueden contactar es información que el cliente necesita pero no es suficiente para la toma de decisiones. Algunas recomendaciones que ayudan a definir correctamente la información que debe tener un sitio web son:

1. Transmitir información que corresponda exactamente a los que los clientes desean saber.
2. Incluir literatura técnica.
3. Informar sobre las nuevas tendencias en la industria específicamente en el sector en el que se encuentra ubicado la empresa de turismo.
4. Transmitir los objetivos estratégicos del negocio.
5. Listar los contactos claves.
6. Incluir lista completa de los productos y servicios.
7. Informar sobre horarios de servicio, entrega de productos, garantías y asistencia.

El alojamiento

Los sitios web necesitan alojarse en un servidor web, que puede ser propio o de un ISP (Proveedor de Servicios de Internet). Es recomendable utilizar, por economía, servicios de hosting virtual ya que tener un servidor propio conectado a

internet es muy costoso. Existen cientos de ISPs y WebSites que ofrecen los servicios de hosting virtual gratuitos y servidores de pago.

En los hosting virtual gratuitos no hay que pagar por el alojamiento, el dominio tendrá la característica algo así como: su_dirección.com/tu_sitio, obligan a hacerles publicidad con banners en la página, el espacio ofrecido es muy mínimo, mal soporte, pocos servicios adicionales, no manejan lenguajes de programación avanzados y tienen una sola base de datos que comparten con todos.

En los servidores de pago los costos de un dominio propio más el hosting son alrededor de 100 dólares al año, con las siguientes características:

1. 4 gigas de almacenamiento
2. 240 gigas de trafico mensual
3. 3 subdominios
4. Panel de control
5. Una cuenta de ftp para subir archivos
6. 15 aplicaciones pre instaladas como por ejemplo Joomla, e-learning para tiendas virtuales
7. Soporte técnico en línea
8. Configuración para 50 cuentas de correo con 7 gigas cada una basada en la tecnología de Google Apss.

El desarrollo

Los responsables de esta área será el personal de sistema quienes para el desarrollo del sitio web pueden utilizar un editor de páginas web como el Dreamweaver o el Front Page. Estos editores son fáciles de utilizar y muy

automáticos, aunque es recomendable conocer los fundamentos del HTML (lenguaje marcado para la elaboración de página web).

Existen también servicios de construcción de sitios web que ofrecen algunos proveedores de hosting que utilizan gestores de contenido muy dinámicos. También es muy fácil encontrar sitios donde se ofrecen códigos gratuitos para insertar en el sitio web.

Aprobación

Una vez que el material es generado, y autorizado por el responsable de cada área, se prepara para colocar en el sitio. El sitio ya está listo, pero aún no está visible en la Web. En este momento, el directorio o los responsables de la organización deben revisar todo el material y aprobarlo para su publicación. También aquí se realizan los ajustes finales de los textos y la gráfica.

La publicación

Esta es la etapa más corta y simple del proyecto, si es que se han seguido las anteriores en forma correcta. Simplemente hay que copiar todo el material generado (páginas, gráficos, sonido, programas) a la Web para que pueda ser visitado por cualquier navegante.

La Promoción

La promoción es indispensable para el éxito del sitio. Es recomendable dar de alta el sitio web en el mayor número de buscadores posibles. Esto basándose en que el mayor número de los navegantes encuentran los recursos de internet utilizando los buscadores. El dar de alta en los buscadores es gratuito pero gasta

mucho tiempo. Al momento de dar de alta es recomendable llenar los formularios de forma coherente proporcionando palabras claves y una excelente descripción del sitio también es necesario vigilar la posición que ocupa cuando es dado de alta.

Existen dos tipos básicos de buscadores los índices y los motores. Los índices clasifican los sitios por categorías muy complejas. Los buscadores motores rastrean la web en busca de nuevas incorporaciones. Existen también servicios de alta en 100 y más buscadores los cuales no son gratuitos.

Entre los servicios adicionales se encuentran los contadores que tiene como funcionalidad dar a conocer el número de visitas que ha tenido el sitio web, estadísticas gratuitas que ofrecen información interesante como la procedencia de los visitantes, las horas en las que visita, los días de la semana.

Otro servicio adicional podría ser los libros de visita y los servicios de aviso que son los encargados en notificar al visitante los cambios que hayan ocurrido en el sitio.

Actualización contaste

La primera versión del sitio ya está en línea. Puede que el sitio haya sido un éxito, o que la audiencia y los objetivos planteados no hayan sido correctos.

Esta es la etapa de corrección, donde se puede modificar el contenido.

Sobre la base de los comentarios de los visitantes, las opiniones de otros miembros de la compañía, y los registros de accesos al sitio (estadísticas) puede obtenerse información acerca de cómo se están cumpliendo los objetivos iniciales.

A partir de estos elementos comienza una nueva etapa de evolución del sitio: se corrigen los errores, se reacomoda la información dentro de la estructura del sitio, se cambian datos y/o se agregan nuevas secciones.

GLOSARIO

Atractor: es el valor agregado que se le aporta el sitio web para atraer a las personas adecuadas y retenerlas en el sitio.

Dar de alta: Inscribir a una persona en un grupo, un servicio o una actividad determinados

Dominio: es el nombre que identifica al sitio web. Cada dominio tiene que ser único en internet. Por ejemplo “ www.unac.edu.co” es el nombre del dominio de la página web. Un solo servidor web puede servir múltiples páginas web de múltiples dominios, pero un solo dominio puede apuntar a un servidor

Dreamweaver: (Macromedia Dreamweaver). Creador y editor de páginas web tipo WYSIWYG creado por Macromedia (actualmente de Adobe Systems). Es la aplicación de este tipo más usada en el sector de diseño y programación web. Posee, como toda la línea Macromedia/Adobe, excelentes funcionalidades e integración con otras herramientas. La aplicación permite crear sitios de forma totalmente gráfica, y dispone de funciones para acceder al código HTML generado. Permite la conexión a un servidor, a base de datos, soporte para programación en ASP, PHP, Javascript, cliente FTP integrado, etc.

e-learning: es un sistema de educación electrónico o a distancia en el que se integra el uso de las tecnologías de la información y otros elementos pedagógicos (didácticos) para la formación, capacitación y enseñanza de los usuarios o estudiantes en línea, es decir, se puede entender como una modalidad de aprendizaje dentro de la educación a distancia y se define como *e-learning*. Utiliza herramientas y medios diversos como Internet, intranets, CD-ROM, producciones multimedia (Textos, imágenes, audio, video, etc.), entre otros. Literalmente e-learning es aprendizaje con medios electrónicos: enseñanza dirigida por la tecnología.

Front Page: Microsoft FrontPage es un editor web tipo WYSIWYG, creado por Microsoft, pero discontinuado en diciembre de 2006. Fue parte del paquete ofimático Microsoft Office entre 1997 y 2003.

Los sucesores de FrontPage son Microsoft Expression Web y SharePoint Designer.

FTP: Abreviatura de File Transfer Protocol, el protocolo para intercambiar archivos en Internet. El FTP utiliza los protocolos de Internet TCP/IP para permitir la transferencia de datos, de la misma manera que el HTTP en la transferencia de páginas web desde un servidor al navegador de un usuario y el SMTP para transferir correo electrónico a través de Internet. El FTP se utiliza principalmente para descargar un archivo de un servidor o para subir un archivo a un servidor a través de Internet.

Gigas: Prefijo que significa mil millones. Con frecuencia se refiere al valor preciso 1,073,741,824, puesto que las especificaciones del computador por lo general están en números binarios.

Hosting: Hosting (alojamiento o también conocido como hospedaje web, alojamiento web, web site hosting, web hosting o webhosting) es un negocio que consiste en alojar, servir, y mantener archivos para uno o más sitios web. Más importante que el espacio del ordenador que se proporciona para los archivos del sitio web es la conexión rápida a Internet.

HTML: siglas de HyperText Markup Language (*Lenguaje de Marcado de Hipertexto*), es el lenguaje de marcado predominante para la elaboración de páginas web. Es usado para describir la estructura y el contenido en forma de texto, así como para complementar el texto con objetos tales como imágenes.

ISP: son las siglas de *Internet Service Provider* Proveedor de Servicios de Internet, una compañía que proporciona acceso a Internet. Por una cuota mensual, el proveedor del servicio te da un paquete de software, un nombre de usuario, una contraseña y un número de teléfono de acceso. A través de un módem (a veces proporcionado también por el ISP), puedes entonces entrar a Internet y navegar por el World Wide Web, el USENET, y enviar y recibir correo electrónico.

Joomla: es un sistema de gestión de contenidos, y entre sus principales virtudes está la de permitir editar el contenido de un sitio web de manera sencilla.

Es una aplicación de código abierto programada mayoritariamente en PHP bajo una licencia GPL. Este administrador de contenidos puede trabajar en Internet o intranets y requiere de una base de datos MySQL, así como, preferiblemente, de un servidor HTTP Apache.

Servidor:

1. En Internet, un servidor es un ordenador remoto que provee los datos solicitados por parte de los navegadores de otras computadoras.
2. En redes locales se entiende como el software que configura un PC como servidor para facilitar el acceso a la red y sus recursos.
3. Los Servidores almacenan información en forma de páginas web y a través del protocolo HTTP lo entregan a petición de los clientes (navegadores web) en formato HTML.

Subdominios: Un subdominio es un dominio que forma parte de otro dominio más general. Por ejemplo, `webmail.conectu.com` es un subdominio de `conectu.com`. El subdominio utiliza el dominio registrado y lo separa en subdivisiones, la separación se realiza por un punto "."

1. Web: La palabra web (del inglés: red, malla, telaraña¹) puede referirse a:
2. World Wide Web (también conocida como "la Web"), el sistema de documentos (o páginas web) interconectados por enlaces de hipertexto, disponibles en Internet.
3. WorldWideWeb, el primer navegador web, más tarde renombrado a Nexus.
4. Una página web: documento o fuente de información, generalmente en formato HTML y que puede contener hiperenlaces a otras páginas web.

Dicha página web, podrá ser accesible desde un dispositivo físico, una intranet, o Internet.

5. Un sitio web, que es un conjunto de páginas web, típicamente comunes a un dominio o subdominio en la World Wide Web.
6. Un servidor web, un programa que implementa el protocolo HTTP para transferir lo que llamamos hipertextos, páginas web o páginas HTML. También se le da este nombre, al ordenador que ejecuta este programa.
7. Web 2.0, término acuñado por Tim O'Reilly² en 2004 para referirse a una segunda generación de Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios web, como las redes sociales, los blogs, los wikis o las folcsonomías, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios.
8. Web 3.0: El término Web 3.0 apareció por primera vez en 2006 en un artículo de Jeffrey Zeldman, crítico de la Web 2.0 y asociado a tecnologías como AJAX. Actualmente existe un debate considerable en torno a lo que significa Web 3.0, y cuál es la definición acertada.

WebSites (Sitio Web): Conjunto de páginas web que están relacionadas entre sí, por lo general porque se ingresan desde un mismo dominio (o porque mantienen constante la raíz de la dirección URL). Un sitio web puede estar constituido de una o más páginas web. La página web principal de un sitio web suele llamarse index, que puede tener la extensión .htm, .php, .asp, entre otras.

CONCLUSIONES

Ciudad Bolívar es un municipio que a pesar de los diversos factores que han golpeado su economía, busca mantenerse firme y lograr ser uno de los destinos turísticos deseados por los ciudadanos vecinos.

Los habitantes de dicho municipio son personas que están aferrados a sus labores cotidianas y pocos conciben la idea de cambiar su monocultivo por el miedo a que otras formas de trabajo no les generen los ingresos necesarios.

Con el análisis de los sectores tratados en el presente proyecto se logró identificar diversas falencias en las que el municipio ha incurrido y deben ser de vital atención, entre ellos es la falta de apoyo y capacitación por medio de la administración municipal a las nuevas ideas que surgen entre los ciudadanos, ya que estas ayudan al crecimiento del mismo.

Se encontró que el municipio puede fortalecer el desarrollo turístico del mismo por medio del aprovechamiento de las fincas, cuyos propietarios están dispuestos a convertirlas en posadas turísticas, donde se pueda mostrar el proceso de crecimiento del cultivo del café que es lo más representativo o el de las truchas, si se llegara a reactivar esta actividad comercial que en años anteriores fue muy bien acogida pero que se dejó por la falta de conocimiento en dicha área y por el orden público del sector en el que se ubicaba, se tendría un mejor desarrollo de la zona.

Además se descubrió la falta de entrenamiento que el personal educativo posee en la parte de emprendimiento lo que no permite a los estudiantes tener

una mayor comprensión de lo que implica ser un emprendedor y a veces genera barreras en cuanto a la materia.

Por último se concluye que el municipio tiene todas las herramientas para mejorar su productividad y su desarrollo económico, pero debe saber utilizarlas y a la vez invertir en aquellas estrategias que se pasan por alto o no se les da el debido apoyo; logrando así diversificar cada día su economía y generando un porcentaje mayor de empleo favoreciendo así a aquellas familias que tanto lo necesitan.

RECOMENDACIONES

El municipio de Ciudad Bolívar debe fortalecer diversos ámbitos para mejorar la calidad de vida de sus habitantes, de allí la importancia de buscar el mejoramiento continuo por medio de la implementación de estrategias que fortalezcan el desarrollo del mismo.

Ciudad Bolívar posee una ventaja que debe ser aprovechada y es la afluencia de turistas que visitan su territorio, por tal motivo es indispensable que busque ampliar su portafolio de servicios a dichos turistas, para así lograr atraerlos cada vez mas.

El municipio debe invertir en la reactivación de aquellos cultivos que en algún momento fueron fuertes en su economía, brindando así una mejora de la calidad de vida de sus habitantes, por medio de la generación de nuevos empleos y a la vez generando más ingresos para los mismos.

Es indispensable que el municipio cultive un espíritu emprendedor desde las instituciones educativas, generando así la oportunidad de que los niños, adolescentes y comunidad en general creen nuevas ideas de negocio y a la vez aporten ideas que fortalezcan las ideas existentes, otorgando las bases para formar ciudadanos con visión de superación económica, laboral y moral.

ANEXOS

	Sector Agropecuario – Ficha Técnica 01
Venta de Madera de Café	
Descripción de la estrategia	
<p>Bolívar es uno de los municipios que basa la mayor parte de su economía en la producción de café, por tal motivo se plantea la venta de zoca de café que busca beneficiar a los caficultores; quienes han tenido como práctica tradicional la zoca o corte de tallos y raíces de los arbustos de café después de la recolección de granos, para estimular la renovación del vegetal y conservar una alta producción en la siguiente cosecha, normalmente, dichos tallos y raíces son desechados o simplemente quemados.</p> <p>Es una especie de subsidio para este sector que ha sido tan golpeado, así como un potencial de desarrollo y empleo que se convertirán en ingreso extra para los grandes y pequeños caficultores del municipio.</p>	
¿Qué problema se está solucionando? (desarrollo, empleo)	
<p>El desempleo es una de las mayores problemáticas de Ciudad Bolívar debido a que basa la mayor parte de su economía en la producción del Café lo cual genera períodos de abundancia y escases. Con esta estrategia se busca que muchos caficultores se beneficien en la recolección y venta de esta madera que es el resultado de la renovación de cafetales.</p>	
¿Cuál es la fuente de ingreso principal? (que lo va a financiar)	
<p>En esta estrategia el municipio no tendrá la necesidad de inversión en el proyecto, lo que busca es beneficiar el bolsillo del caficultor al ofrecer opciones de ingreso para</p>	

aprovechar lo que antes era simplemente leña o basura.

Las cuentas indican que si se soquea una hectárea de café (que tiene 5.000 árboles), el ingreso adicional por producción de madera para el caficultor puede llegar a un millón de pesos en un recurso que, literalmente se bota.

¿Quiénes son los clientes principales?

El cliente potencial para esta madera es el grupo Monarca quien inauguró su planta en el Municipio de Hispania, pero a su vez se benefician directamente los caficultores del Municipio.

¿Cuánto cuesta el proyecto?

Ciudad Bolívar cuenta con 13650 has sembradas para el año 2010, de las cuales se renueva anualmente un 4% esto quiere decir que se soquean 2.457.000 árboles al año, la soqueada de estos árboles tiene un costo de \$40 por cada uno. Según estadísticas de cada 50 árboles soqueados se logran sacar 20 tramos esto equivale a un 40%. Aplicando este porcentaje se obtendrían anualmente 982.800 tramos por año, dando un ingreso adicional de \$147.420.000 para el municipio, ingreso que antes era desaprovechado utilizando esta madera para basura o para leña. Se paga \$250 por cada tramo de café.

¿Cuáles son los recursos principales?

El tramo de café no puede estar torcido y debe tener un largo de 52 cm y un diámetro igual o mayor a 5 cm o una circunferencia que no esté por debajo de 15 cm. Se paga de \$250 a 300 pesos por cada tramo que cumpla con estas especificaciones.

El caficultor puede escoger si entrega el producto sobre la vía de acceso a la vereda o en la planta directamente. Este proyecto genera muchos empleos y ayuda a mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio.

	Sector Agropecuario – Ficha Técnica 02
Piscicultura	
Descripción de la estrategia	
<p>En Antioquia el cultivo de peces dejará de ser un simple atractivo y un trabajo exclusivo de especialistas, para convertirse en fuente de empleo, alimentación, recuperación de ecosistemas y generación de divisas para el país. Se analizarán tres tipos de peces que son la trucha arco iris, la cachama y la mojarra o tilapia roja.</p> <p>La trucha arco iris se puede utilizar como fuente de doble entrada, debido a que puede ser utilizada para venta masiva a los demandantes de este pez y a la vez como atractivo turístico a la hora de enseñar el proceso de reproducción y ciclo de vida del mismo; una de las características de este es que se produce en clima frio o montañoso permitiéndole reactivar algunos puntos turísticos del municipio como lo es la cascada colecaballo.</p> <p>La cachama y la tilapia pueden ser utilizadas en la parte rural del municipio, debido a que se cultiva en clima mas cálido y es más resistente.</p>	
¿Qué problema se está solucionando? (desarrollo, empleo)	
El desempleo, la diversificación y a la vez está aportando al desarrollo económico del municipio atrayendo mas turistas que transitan por esta región del Departamento.	
¿Cuál es la fuente de ingreso principal? (que lo va a financiar)	
El Ministerio de Agricultura y el Municipio.	
¿Quiénes son los clientes principales?	
Turistas, Restaurantes y balnearios.	
¿Cuánto cuesta el proyecto?	
\$110.948.000	

¿Cuáles son los recursos principales?
Ubicación exacta donde estaría el estanque, altura en que se encuentra el sitio, captación del agua, temperatura, tipo de pez a cultivar, mano de obra.

	Sector Turismo - Ficha Técnica 03
Posadas turísticas	
<p>Motivación y establecimientos de las posadas turísticas a través de El programa de Posadas Turísticas de Colombia que está enmarcado dentro del Plan de Desarrollo Nacional, vinculando los objetivos de la política turística, la política de vivienda y la política ambiental del país.</p>	
Descripción de la estrategia	
<p>El programa de Posadas Turísticas de Colombia Posadas está enmarcado dentro del Plan de Desarrollo Nacional, vinculando los objetivos de la política turística, la política de vivienda y la política ambiental del país. De esta forma, esta iniciativa del Gobierno Nacional se desarrolla a través de la Política Nacional de Vivienda de Interés Social Rural y es coordinada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.</p>	
¿Que problema se esta solucionando? (Desarrollo, Empleo)	
<p>El objetivo general del programa es vincular a las poblaciones vulnerables de las áreas rurales colombianas con alto valor turístico, a partir del mejoramiento en la infraestructura de sus viviendas, en una estrategia de desarrollo de turismo comunitario sostenible que permita fortalecer su calidad de vida.</p>	
¿Cual es la fuente de ingreso principal? (¿Qué lo va a financiar?)	

Dentro de este marco, el Plan Sectorial de Turismo, desde el año 2002, ha contemplado el programa de Posadas Turísticas como una de las estrategias de fortalecimiento de las comunidades y las microempresas de la cadena productiva turística e inserción de las mismas en procesos de competitividad.

¿Quiénes son los clientes principales?

Los clientes será viajeros de todo el mundo pero las posadas turísticas están concebidas para viajeros informales, amantes de la aventura, y para viajeros de mochila que sucumben ante la belleza del paisaje, la sencillez y la amabilidad de la gente que se encuentra a su paso.

¿Cuánto cuesta el proyecto?

El costo del proyecto se discrimina dependiendo a la solución arquitectónica de la posada, varía entre 26.69 SMMLV y 33.72 SMMLV.

¿Cuáles son los recursos principales?

Los recursos del subsidio son aportados por la Nación y administrados por el Banco Agrario, entidad que mediante convocatoria selecciona los proyectos que cumplen con lo establecido en la Ley 812 de 2003, el Decreto 973 de 2005 y 4427 de noviembre 2005, los procedimientos del Reglamento Operativo y la Guía de Formulación aprobados por la Comisión Intersectorial de Vivienda de Interés Social Rural y las normas que los modifiquen, sustituyan o complementen (www.bancoagrario.gov.co, sección vivienda rural).



Sector Turismo - Ficha Técnica 04

Realización de una página web de los destinos Turísticos en el municipio de Ciudad Bolívar.

Descripción de la estrategia

Desarrollar una Sitio web donde los Turistas nacionales e internacionales puedan acceder y conocer el catalogo electrónico de servicios turísticos del municipio de Ciudad Bolívar.

¿Qué problema se está solucionando? (Desarrollo, Empleo)

El sitio web permitirá mejorar la comunicación entre el turista y los diferentes establecimientos de servicios turísticos de Ciudad Bolívar.

¿Cuál es la fuente de ingreso principal? (Qué lo va a financiar)

El sitio web ayuda a promover el servicio turístico de la región vinculando a los oferentes y demandantes del turismo en la toma de decisiones que tiene que ver con el desarrollo turístico sostenible de la región, donde el beneficiado indirecto es el municipio ya que la economía de este será más dinámica. El sitio web estará financiado principalmente por el municipio, pero también recibirá ingresos por las empresas o negocios del municipio que deseen dar a conocer sus productos o servicios turístico por medio de la página.

¿Quiénes son los clientes principales?

Los clientes son todos los turistas en general pero los clientes potenciales son viajeros informales, amantes de la aventura y para viajeros de mochila que sucumbe ante la belleza del paisaje, la sencillez y amabilidad de la gente que se encuentra a paso.

¿Cuánto cuesta el proyecto?

Los costos inherentes a un Sitio Web son por concepto de creación, mantenimiento y operación.

Desarrollo del Sitio \$800.000

Dominio más Hosting \$200.000 con las siguientes características:

4 Gigas de almacenamiento

240 Gigas de trafico mensual

3 subdominios

Panel de Control

Una cuenta ftp para subir archivos

15 aplicaciones preinstaladas como por ejemplo Joomla, e-learning para tiendas virtuales

Soporte técnico en línea

Configuración para 50 cuentas de correo con 7 gigas cada una basada en la tecnología de Google Apss

Actualización \$100.000 anuales

¿Cuáles son los recursos principales?

El dominio. El nombre de acceso. Ej.: tu_sitio.org

Espacio en un servidor donde colocar los archivos de la página.

Un gestor de Contenidos que permita actualizar el contenido y manejar los documentos publicados en la web.

Anexos fotográficos



Cascada colecaballo



Pozos para la piscicultura



Pozos de Truchas



Cultivo de Truchas



Farallones



Entrada Ciudad Bolívar



Institución Educativa San José del Citará



Hostería San Juan de Bolívar



Estadero Villa Josefina



Rio Farallones



Estadero los Lagos



Zoca de Café



Hotel Los Samanes



Alcaldía de Bolívar

Las Estrategas



LISTA DE REFERENCIAS

Buena Nota. (18 de Junio de 2009). Obtenido de http://www.buenanota.org/web2/index.php?option=com_content&view=article&id=722:madera-de-cafe-una-innovacion-&catid=37:medio-ambiente&Itemid=57

David, F. R. (2003). *Conceptos de Administración Estraégica*. México: Pearson Educación.

Espinal, C. F. (Marzo de 2005). Obtenido de Agronet: http://www.agronet.gov.co/www/docs_agronet/2005112164315_caracterizacion_piscicultura.pdf

Fischerworrying, B., & Robkamp, R. (2001). *Guía para la Caficultura Ecológica*. López.

Hitt, M., Ireland, D., & Hoskisson, R. (2004). *Administración Estratégica*. México: Thomson .

Jorge Eliecer Montoya Zapata 2008 - 2011. *Propuesta Plan de Desarrollo Agroambiental* . Ciudad Bolívar, Antioquia.

La Republica. (08 de 2009). Obtenido de http://rse.larepublica.com.co/archivos/AGRONEGOCIOS/2009-11-25/cafe-una-zoca-con-mucha-madera_88358.php

Pineda, H., Jaramillo, J., & Echeverri, D. (2003). *Revista Colombiana de Ciencias Pecuarias*. 45.

Sanabria Tirado, R. (2005). *Formulación y Pensamiento Estratégico*. Bogotá D.C.: Planeta Colombiana S.A.

(s.f.). Recuperado el Febrero de 2010, de Angelfire:

<http://www.angelfire.com/ia2/ingenieriaagricola/pisicultura.htm>

(s.f.). Recuperado el Marzo de 2010, de INEC:

<http://www.contraloria.gob.pa/DEC/Publicaciones/11-02/PISCICULTURA.pdf>